



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
VASA YRKESHÖGSKOLA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Johanna Viola Sjöberg

**ANVÄNDNING AV EKOLOGISKA  
LIVSMEDEL I RESTAURANGER**  
Case Kodials Grönsaker

Företagsekonomi och turism  
2011

**VASA YRKESHÖGSKOLA**

Utbildningsprogrammet för företagsekonomi och turism

**ABSTRAKT**

Författare	Johanna Sjöberg
Lärdomsprovets titel	Användning av ekologiska livsmedel i restauranger Case Kodials grönsaker
År	2011
Språk	svenska
Sidantal	46 + 1 bilaga
Handledare	Kirsi Salomaa

---

Syftet med detta arbete är att undersöka hur restauranger i Vasa använder ekologiskt odlade produkter. Huruvida produkter restaurangerna använder och varifrån restaurangerna skaffar sina produkter. Ifall restaurangerna inte använder ekologiskt odlade produkter är avsikten att ta reda på orsaker till varför restaurangen inte gör det och om de eventuellt i framtiden skulle vara intresserade att använda ekologiska produkter i någon form.

I teoridelen beskrivs hur en ekologiskt odlad produkt skiljer sig från en konventionellt odlad produkt. I teoridelen tas även upp olika ekologiska märken och deras betydelse samt andra termer associerade till termen ekologiskt. I teoridelen beskrivs även hur restauranger använder ekologiskt odlade produkter men även hur man i Finland konsumerar ekologisk odlade produkter.

Undersökning är gjord genom att intervjua restauranger i Vasa. I undersökningen har personer som har ansvar för sin restaurangs anskaffning av varor intervjuats. Restaurangerna befinner sig alla i Vasa och har valts ut slumpmässigt.

Enligt undersökning vill majoritet av restaurangerna använda ekologiska livsmedel, men bara en del av restaurangerna har möjlighet till detta. Restaurangerna är ense om att priset på ekologiska livsmedel är för dyrt och leveranssäkerheten är inget man kan lita på. Restaurangerna tycker att ekologiskt är en trend och ger en bra image för restaurangen. Majoriteten av restaurangerna som intervjuades kommer att öka utbudet av ekologiska råvaror på sin meny i framtiden.

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES  
Utbildningsprogrammet för företagsekonomi och turism

## ABSTRACT

Author	Johanna Sjöberg
Title	Ecological Foodstuffs in Restaurants Case Kodials Vegetables
Year	2011
Language	Swedish
Pages	46 + 1 Appendix
Name of Supervisor	Kirsi Salomaa

---

The aim of this thesis is to find out if restaurants in Vaasa use ecologically grown foodstuffs, which kind of ecological foodstuff the restaurants use and where the restaurants purchase these items. If the restaurants do not use ecological foodstuffs the aim is to find out the reasons why and if they are interested in using ecological foodstuffs in the future.

The theory part of the thesis explains how ecologically grown foodstuff differ from conventionally grown foodstuffs. In the theory part, the meaning of ecological markings and their importance are explained. Other terms associated to the term ecological are also explained. Furthermore, how restaurants and Finnish citizens use ecological foodstuffs is dealt with in the theory part.

The research is done by interviews with local restaurants in Vaasa. The person responsible for the purchase of foodstuffs has been interviewed and the restaurants have been chosen randomly.

According to the research the majority of the restaurants are interested in using ecologically grown foodstuffs but only part of the restaurants have a chance to do so. The restaurants feel that the price of ecological foodstuffs is too high and that the shipping and availability cannot be trusted. The restaurants participating in this research feel that these days the term ecological is a trend and using ecological foodstuffs gives your restaurant a good image. The majority of the restaurants are going to expand the quantity of ecological items on their menu in the future.

---

Keywords	Restaurants, ecological foodstuffs, ecological farming
----------	--

## INNEHÅLL

1	INLEDNING.....	5
1.1	Val av ämne.....	5
1.2	Undersökningens syfte.....	5
1.3	Undersökningens uppbyggnad.....	6
2	EKOLOGISK MAT.....	7
2.1	Ekologiskt Jordbruk.....	7
2.2	Priset av ekologisk mat.....	9
2.3	Ekologiska märken.....	9
2.5	Ekologiskt i dag.....	11
3	EKOLOGISK MAT I RESTAURANGER.....	13
3.1	Författningar.....	13
3.2	Användning av ekologiska livsmedel i restaurangkök.....	13
3.2.1	Användning av ekologiska livsmedel i restauranger i Vasa.....	14
3.3	Portaat luomuun.....	14
4	NÄRPRODUCERADE LIVSMEDEL.....	16
4.1	Definition av närproducerat.....	16
4.2	För och nackdelar med närproducerade livsmedel.....	16
5	RESTAURANGENS VAL AV LIVSMEDEL.....	18
5.1	Anskaffning av livsmedel.....	18
5.2	Anskaffning av livsmedel i Vasa.....	18
6.	FÖR OCH NACKDELAR MED EKOLOGISK MAT.....	21
6.1	De goda aspekterna med användning av ekologiska livsmedel.....	21
6.2	Ekologiskt i framtiden.....	22
7	KODIALS GRÖNSAKER.....	24
7.1	Företaget.....	24
7.2	Produkter.....	24
8	PRESENTATION AV FÖRETAG.....	26
8.1	Panorama.....	26
8.2	Gustav Wasa.....	26
8.3	Kaffehuset August.....	27
8.4	Restaurang Vallonia Garden.....	27
8.5	Berny´s Restaurant.....	27
9	EMPIRISK UNDERSÖKNING.....	29

9.1 Syftet med undersökningen.....	29
9.2 Undersökningsmetod .....	29
9.3 Urvalsmetod .....	30
10 RAPORTERING AV UNDERSÖKNINGEN.....	32
10.1 Anskaffning av varor.....	32
10.1.2 Vem sköter anskaffningen av varor .....	32
10.1.4 Viktigaste kriterierna vid val av leverantör.....	33
10.2 Användning av ekologiska produkter .....	34
10.2.1 Ekologiska produkter som används .....	34
10.2.2 Orsaker till användning av ekologiska produkter i restauranger .....	34
10.2.3 Orsaker till att man inte använder ekologiska produkter i restauranger .....	35
10.3 Restaurangernas åsikter om ekologiska produkter.....	35
10.4 Användning av ekologiska produkter i framtiden.....	36
10.5 Kunskap om ekologiska livsmedel .....	36
10.6 Förbättringsförslag till Kodials Grönsaker .....	36
11 RESULTAT .....	38
12. SAMMANFATTNING.....	40
12.2 Förslag ti följundersökning .....	40
13 KÄLLFÖRTECKNING .....	42

## **1 INLEDNING**

### **1.1 Val av ämne**

Det har varit mycket tal om ekologisk mat under de senaste åren. I matbutikerna ser man ofta produkter märkta med ”luomu” eller andra ekologiska märken. De olika ekologiska märkena tas upp senare i detta arbete under rubriken ”ekologiska märken”. Ekologisk mat anses vara nyttigare och godare än konventionella produkter. Dagens konsumenter är allt mer uppmärksamma om matens ursprung, djursjukdomar och epidemier har fått konsumenterna mer alerta, och man vill vara säker på att maten man äter är riskfri. Även miljöfrågor har varit på tapeten under de senaste åren. Konsumenterna väljer därför ekologiskt för att det anses vara ett mera etiskt och miljövänligt alternativ.

I Singsby utanför Vasa finns företaget Kodials grönsaker. Kodial odlar ekologiskt olika grönsaker, sallader, kryddor och ätbara blommor. I dag säljer Kodial sina produkter till ca 30 olika affärer i Vasa regionen. Kodial har odlat och sålt sina ekologiska produkter nu i över 20 år och vill nu expandera och börja sälja även till restauranger och caféer.

### **1.2 Syftet med undersökningen**

Kodials grönsaker önskar veta om restaurangerna och caféer i Vasa är intresserade av ekologiska produkter, och hurdana produkter restaurangerna är intresserade av. Med hjälp av undersökningen kommer man att veta hurdana produkter restaurangerna önskar sig och om de möjligen kan vara potentiella kunder för Kodial. Men hjälp av undersökningen kan man få reda på, varför restaurangerna inte använder ekologiska produkter just nu eller varför restaurangerna inte över huvudtaget är intresserade av ekologiska produkter. När man vet orsakerna till varför inte restaurangerna är intresserade av ekologiska produkter är det lättare att marknadsföra ekologiskt till dessa restauranger, t.ex. visningar, smakprov.

Undersökningen kommer att genomföras med hjälp av intervjuer med personer på restaurangerna som har ansvar för anskaffningen av råvaror till restaurangen. Restaurangerna och caféerna är valda på basis av deras stil och affärsidé, hur bra ekologisk mat skulle passa deras image. Restaurangerna som deltar i undersökningen är privatföretagare och inga kedjeresauranger har tagits med i undersökningen.

### **1.3 Undersökningens uppbyggnad**

I teoridelen redogörs för vad ekologisk odling egentligen är och dens historia, när en produkt egentligen får kallas för ekologisk, och hur den produkten skiljer sig från en konventionell produkt. I teoridelen har tagits fram exempel varifrån restaurangerna i Vasa köper sina råvaror. I teoridelen har redogjorts för- och nackdelar med ekologiska produkter och hur användningen av ekologiska produkter möjligtvis kommer att se ut i framtiden.

I den empiriska delen har förklarats konkret hur undersökningen har utförts, vem som har deltagit i undersökningen och varför just dessa deltagare har valts. Undersökningens resultat har presenterats och analyserats.

## **2 EKOLOGISK MAT**

I detta kapitel förklaras vad ekologiskt egentligen är, varifrån det härstammar och hur det kan se ut i framtiden. I kapitlet förklaras även olika begrepp och hur man känner igen en ekologisk produkt.

### **2.1 Ekologiskt Jordbruk**

”Huvudsyftet med ekologisk produktion är att producera god och trygg mat på sådana sätt som bäst beskyddar vår natur. Vid ekologisk produktion hålls produktionsmiljön ren och vital”. (Särs 2003, 24)

Vid produktion av ekologiska råvaror är det inte tillåtet, att använda handelsgödsel och kemiska bekämpningsmedel. Bekämpningsmedel inom lantbruk används oftast för att bekämpa ogräs, insekter och svamp. Vid produktion av ekologiska råvaror måste alltså användas naturliga metoder. (Björklund m.fl. 2008, 114)

Ekologisk djurhållning skiljer sig också från konventionell djurhållning. Djuren måste ha möjlighet att vistas ute, även på vinterhalvåret och ha tillräckligt mycket utrymme inomhus. Fodret som matas till djuren skall vara ekologiskt. (Björklund m.fl. 2008, 114,115)

I dag finns det övervakad ekologisk odling i 141 länder. Från år 2000 till 2007 fördubblades markytan där det odlas ekologiskt i världen. (Evira 2010)

I Finland började man med ekologiskt jordbruk på 1970-talet och efter det har populariteten gradvis ökat både bland odlare och hemma i trädgårdar.

(Juurikainen 2007, 5) I Finland produceras och importerar ekologiska livsmedel av sammanlagt 450 företag. (Evira 2011)

Produktionen av ekologiska råvaror styrs av olika bestämmelser av europeiska unionen och myndigheterna. De ekologiska jordbruksfastigheterna övervakas och



kontrolleras årligen. (Särs 2003, 24) I Finland har jord- och skogsbruksministeriet ansvar för övervakningen av den ekologiska produktionen. (Evira 2010)

Vid ekologiskt jordbruk är det viktigt att man varierar produkterna som odlas i marken, på detta sätt hålls jorden bördig. Med att växla mellan de olika produkterna minskar man risken för skadlig växtlighet och insekter. Även denna odlings ”rotation” övervakas, och odlaren bör ha en flerårig plan om vad som kommer att odlas på odlingsmarkerna. (Särs 2003, 24)

Bär, svampar och andra växter som växer i skogen är inte automatiskt ekologiska. De får kallas ekologiska endast när de är plockade på skärskilda uppsamlingsområden. (Evira 2011) I Finland finns det 7 miljoner hektar av ekologiska uppsamlingsområden. Utgångspunkten är att de inte på senaste 3 åren har använts kemisk gödsel eller bekämpningsmedel. Privata skogsägare kan ansöka om att deras skog blir ett ekologiskt uppsamlingsområde. (Ruokatieto 2010)

Enligt Valios marknadsföringschef Mira Kuhanen, beskriver de flesta konsumenter smaken av ekologiska livsmedel som: autentisk, mjuk och naturlig. I samma artikel nämns även att användningen av ekologiska produkter ökar hela tiden. Ökningen beror till en stor del på att de ekologiskt producerade livsmedlen är mycket synligare och bättre märkta nuförtiden. Att välja ekologiskt är enligt artikeln ansvarsfullt och bringar arbete till finländska lantgårdar. Om varje finländare skulle köpa för 1 euro i månaden mera inhemska livsmedel skulle det uppstå 1500 nya arbetsplatser inom livsmedelsindustrin. (Valio Oy, 2009)

## 2.2 Priset av ekologisk mat

Ekologisk producerade produkter är ofta en aning dyrare än konventionellt producerade produkter. Produktion utan bekämpningsmedel är mycket kunskaps- och tidskrävande. Odlingsmarkerna per hektar vid ekologiska gårdar är mindre än vid konventionellt odlade produkter som betyder att man får en mindre kvantitet av produkter detta leder till att hantering, transport och distributionskostnader blir högre och priset på varan stiger. Att odla ekologisk kräver även en större arbetsinsats och lönekostnader blir större som också leder till att priset på varan ökar. (Björklund m.fl. 2008, 115,116)

## 2.3 Ekologiska märken

Luomu märket som också är känt som sol märket övervakas av finska myndigheten. Märket tyder på att odlaren följer EU-förordningens krav på ekologisk produktion, produkten är tillverkad, packad och etiketterad i Finland. Utländska livsmedel och produkter kan också få Luomu märket, men produkten måste tillverkas i Finland. (Lehtinen m.fl. 2003, 148)



(Kuluttajavirasto 2011)

Bild 1.

Nyckelpigan märket övervakas av Luomuliitto. Användningen av märket är frivilligt. Minst 75 % av produkten skall vara tillverkad i Finland. (Lehtinen m.fl. 2003, 122)



Bild 2.

(Kuluttajavirasto 2011)

EU:s ekomärke används inom hela EU och övervakas av myndigheter. I Finland övervakas produkterna av TE-centralen och livsmedelsverket. Minst 95 % av produkten skall vara tillverkad inom EU-området. (Lehtinen m.fl. 2003, 122)



(Kuluttajavirasto 2011)

Bild 3.

”Demeter-märket beviljas och övervakas av Biodynamiska föreningen och följer föreningens produktionsvillkor. Förutom motsvarande krav som ställs för luomärket, poängterar den biodynamiska odlingsmetoden en ekologisk helhet för gården, självhushållning och ett ansvar inte bara för jordbruket utan också för den omkringliggande naturen.” (Natur och miljö 2007)



(Kuluttajavirasto 2011)

Bild 4.

Svanmärket är ett ursprungsmärke som visar att 75 % av produkten är från Finland. Märket används för både normala och ekologiska produkter. (Lehtinen m.fl. 2003, 122) Tillverkare, importörer och försäljare av produkter och tjänster kan ansöka nyttjanderätt av svanmärket. Första ansökan kostar 2000 €. Ett beviljat

svanmärke är i kraft 3-5 år och efter det bör man ansöka på nytt, en ny ansökan kostar 1000 €.



(Ympäristömerkki 2011)

## 2.5 Ekologiskt i dag

I Finland finns det ca 4000 ekologiska landsgårdar eller jordbruk detta är ca 6 % av alla Finlands jordbruk. (Ruokatieto 2010)

Var fjärde finländare använder ekologiskt odlade produkter regelbundet. 80 % av konsumenterna har testat ekologiskt odlade produkter. 43 % av konsumenterna använder ekologiskt odlade produkter nu som då. De mest köpta produkterna är mjölk, potatis, grönsaker och bröd. (Särs 2003, 27)

I Finland är konsumenterna av ekologiskt odlade produkter oftast människor med höga eller medelhöga inkomster och barnfamiljer med få barn. Till konsumenterna hör också unga vuxna som är beredda att offra mycket tid och besvär för att skaffa ekologiskt odlade produkter. Enligt Finfoods barometer är den typiska konsumenten av ekologiskt odlade produkter en högt skolad kvinna med barn. Kvinnor i överlag köper mera ekologiska produkter än män. (Ruokakysymys 2006, 142, 143)

Nielsens konsumentpanel har delat upp Finländska hushåll i fyra olika kategorier beroende på deras användning av ekologiska livsmedel: aktiva användare, regelbundna användare, testare och icke användare.

Aktiva användare är ca 5 % av Finländska hushåll. Aktiva användare köper ekologiska livsmedel oftare än en gång i veckan och använder i medeltal ca 274€ i året på ekologiska livsmedel. Aktiva användares inköp täcker ca 52 % av alla inköp av ekologiska livsmedel. Aktiva användare är ofta unga människor, föräldrar till små barn.

Regelbundna användare är ca 17 % av Finländska hushåll. En regelbunden användares köpkorg består av 0,8- 3,99 % ekologiska livsmedel. Regelbundna användares inköp täcker ca 30 % av alla inköp av ekologiska livsmedel. Regelbundna användare köper ekologiska livsmedel oftare än en gång i månaden och använder ca 46€ i året på ekologiska livsmedel.

Testare består av 46 % av Finländska hushåll. Mängden ekologiska livsmedel i köpkorgen är liten, under 0,8 %. Testare köper ekologiska livsmedel ca 5 gånger i året. Testarnas inköp täcker ca 16 % av alla inköp av ekologiska livsmedel. Återstående 32 % kategoriseras till icke användare. (Ruokatieto 2008)

Inom restaurangbranschen har restaurangerna börjat ägna allt mer uppmärksamhet åt hälsosam mat. Kundernas krav och fodringar växer, och kunderna blir allt mer intresserade av hälsosam mat. Ekologisk, närodlad och funktionell mat har blivit allt mer populärt och antalet restauranger som erbjuder denna form av mat har ökat och fortsätter att öka. I framtiden kommer även etiska kök och restauranger att kliva fram. Etiska kök står för jämlikhet, hälsa och hållbar utveckling. (Lehtinen m.fl. 2003, 122)

### **3 EKOLOGISK MAT I RESTAURANGER**

Ekologisk mat i restauranger har ökat och utbudet har blivit bredare. Ekologisk mat i restauranger är även mycket synligare t.ex. då restauranger använder sig av produkter som är typiska för säsongen eller använder sig av närproducerade råvaror. (Ruokatieto 2009)

Restauranger följer ofta trender för att öka kundflöde. Ekologiskt är en relativt ny trend, som många restauranger väljer att pröva. Ofta väljer restaurangerna några ekologiska produkter eller maträtter i stället för att förnya hela sitt utbud och bli en ekologisk restaurang. Det största problemet är tillgängligheten och att de ekologiska råvarorna är en aning dyrare än vanliga. (Ruokatieto 2009)

#### **3.1 Författningar**

Europeiska unionen förnyade sina författningar angående ekologiska livsmedel år 2009. De nya författningarna gäller dock inte restaurangkök. Restaurangen bör trots allt informera kunden om det används ekologiskt odlade produkter på så sätt att kunden vet exakt vilket som är ekologiskt och vilket som inte är ekologiskt. Enligt de nya författningarna finns det inga egentliga regler, när en maträtt får kallas för en ekologisk maträtt. Restauranger i Finland följer en gemensam princip där maträtten kallas endast för ekologisk om alla maträttens ingredienser är ekologiska. Om endast en del t.ex. köttet är ekologisk men tillbehören inte är ekologiska bär man inte kalla maträtten för en ekologisk maträtt, men det är okej att nämna att köttet är ekologiskt. (Portaat luomuun 2010)

#### **3.2 Användning av ekologiska livsmedel i restaurangkök**

Av finländska restaurangkök använder 59 % ekologiskt producerade livsmedel minst några gånger i året. Dagligen använder ca 5 % av finlands restaurangkök ekologisk odlade livsmedel. Mest ekologiskt producerade livsmedel används i lunchrestauranger och utskänkningsrestauranger, minst används i restauranger

inom den offentliga sektorn t.ex skolor och arbetsplatser. (Ruokatiedon uutiset 2009)

En orsak till att det inte används mera ekologiskt producerade livsmedel, är att tillgängligheten är så dålig i stora delar av landet. Det är ytters svårt att få tag i ekologiskt odlade livsmedel i de flesta partiaffärer. Andra orsaker till att restaurangkök inte använder mera ekologiska livsmedel är att ekologiskt producerade livsmedel säljs ofta i små förpackningar och att tillgängligheten ofta är beroende på årstiden eller säsongen. (Portaat luomuun 2010)

### **3.2.1 Användning av ekologiska livsmedel i restauranger i Vasa**

I en undersökning gjord av Janica Korpiahkola 2009 visar det sig att inga restauranger i Vasa använder sig alls av ekologiska livsmedel. I en restaurang hade det serverats ekologisk sallad på sommaren, men eftersom råvarorna började ta slut hade man tagit bort salladen från menyn. I undersökningen var respondenterna både kedje- och privatägda restauranger i Vasa centrum. Orsaken till varför restaurangerna inte använde sig av ekologiska livsmedel var framför allt tillgången och för att ekologiska livsmedel är dyrare.

De flesta restauranger skulle vara intresserade att använda ekologiska livsmedel om det skulle vara billigare och leveranssäkerheten skulle vara säkrare.

Korpiahkolas undersökningen genomfördes år 2009, så informationen är relativt ny. Undersökningens respondenter var restauranger i Vasa regionen. Respondenterna var både lunch och á la carte restauranger. Sammanlagt 5 restauranger. (Korpiahkola 2009)

### **3.3 Portaat luomuun**

Portaat luomuun är ett frivilligt program för restaurangkök. Programmet styrs av EkoCentria och är finansierat av jord- och skogsbruksministeriet. Huvudsyftet

med programmet är att befrämja användning av ekologiskt producerade livsmedel i restaurangkök. Programmet har skapat ett nätverk av restaurangkök som använder ekologiskt producerade livsmedel. *Portaat luomuun* samlar och delar ut viktig och nödvändig information om ekologiskt producerade livsmedel och dess användning i restaurangkök.

I programmet ingår trappor som restaurangköket följer och småningom ökar användningen av ekologiska livsmedel. När restaurangen når den sista trappan använder de mera än åtta ekologiskt producerade livsmedel mist två gånger i veckan. Restaurangerna får själv välja i vilken takt de förflyttar sig från trappa till trappa och hur många olika ekologiska livsmedel de tar i bruk (*Portaat luomuun, opetuskalvot 2010*)

Det går att bli medlem i *Portaat luomuun* via deras internetsidor. Restauranger som väljer att bli medlem binder sig till pålitlig verksamhet och kommunikation. Restaurangerna börjar med att göra en plan över hur rent praktiskt ekologiska produkter tas i bruk och hur man förhindrar så att de ekologiska produkterna inte blandas med andra konventionella produkter i köket. Restaurangen bör kommunicera med kunden på ett sådant sätt att kunden klart och tydligt veta vilken del av måltiden är ekologisk. (*Portaat luomuun 2011*)



## **4 NÄRPRODUCERADE LIVSMEDEL**

Närproducerade livsmedel och ekologiskt odlade livsmedel går hand i hand. Båda strävar till att stöda hållbar utveckling.

### **4.1 Definition av närproducerat**

Närproducerade livsmedel är livsmedel som kommer från området man befinner sig på. Förr pratade man om att detta område var det område man kunde se från byns kyrktorn, i dag pratar man om livsmedel som är producerade i regionen man bor eller befinner sig på. Man anser att närproducerad mat är tryggt och man vet varifrån produkten kommer eller dess ursprung är lätt att ta reda på.

Närproducerade livsmedel produceras på ett sådant sätt som hedrar naturen. Man försöker minska på förpackningsmaterial och onödig transport av produkten. Mängden av bekämpnings- och konserveringsmedel som behövs förminskar när vägen från producenten till konsumenten är kort. ( Kuluttajavirasto 2011)

### **4.2 För och nackdelar med närproducerade livsmedel**

Att använda närproducerade produkter är ekologiskt, eftersom produkterna inte fraktas långa vägar. Man vet varifrån produkten kommer som gör produkter pålitliga. Det behövs mindre packningsmaterial eftersom produkten inte behöver fraktas långa vägar. Produktionen är oftast liten så odlaren kan använda sig av förnybar energi. Livsmedlen är färska och det behövs mindre tillsätsämnen. Att odla lokalt ger jobb åt folk som bor i regionen.

När det gäller hållbar utveckling och det mest naturvänliga alternativet är närproducerade livsmedel inte alltid det bästa alternativet. Att på vintern köpa ingredienser till sin sallad som kommer från Italien eller Argentina kan vara mer naturvänligt än att köpa inhemsk och närproducerat, eftersom det är odlat i ett växthus som drar mycket energi. Att köpa t.ex. tomater som är odlade i södra Europa och fraktade till Finland med lastbil har ett mindre kolfotspår dvs. den totala uppsättningen av växthusgaser är mindre än tomater som odlats i växthus i Finland. Det mest ekologiska alternativet på vintern är att köpa ekologiska

närodlade tomater från växthus som värms med ekoenergi. (Finlands  
naturskyddsförbund 2011)

## **5 RESTAURANGENS VAL AV LIVSMEDEL**

I detta kapitel behandlas hur restauranger väljer sina livsmedel och hurudana valmöjligheter till anskaffning av livsmedel restauranger i Vasa har.

Hur restaurangen väljer sina livsmedel påverkar restaurangens lönsamhet. Valet av livsmedel borde basera sig på restaurangens affärsidé, verksamhetsidé, efterfrågan och restaurangens resurser. (Lehtinen m.fl. 2003, 125)

### **5.1 Anskaffning av livsmedel**

Hur restauranger sköter sina inköp, beror till stor del på om restauranger hör till en kedja, eller om restauranger är privatägd eller till storleken en liten restaurang. Kedjerestaurangernas anskaffningsmöjligheter är ofta begränsade och har ofta långvariga inköpsavtal med partihandlare. Kedjerestauranger kan även köpa stora partier tillsammans med andra restauranger i samma kedja. Typiskt för privatägda restauranger och små restauranger är små inköpspartier, engångsinköp, handel direkt från producenten eller odlaren och olika engångserbudanden. (Lehtinen m.fl. 2003, 125)

I dag tillverkas väldigt mångsidigt med produkter menade för restaurangkök. Produkterna är av hög kvalitet och det satsas mycket på inhemsk och närmat. Att använda halvfabrikat har blivit allt mer populärt. I dag behöver man inte göra maten helt från början för att den skall smaka gott. Nya halvfabrikat tillverkas hela tiden och en professionell kock kan kombinera halvfabrikat och färska livsmedel för de bästa resultaten. (Lehtinen m.fl. 2003, 125-126)

### **5.2 Anskaffning av livsmedel i Vasa**

I Vasa finns det endast en partihandel, Kespro. Kespro är den ledande partihandeln inom horeca-branchen (hotell, restauranger och caféer). Kespro har i dag 16 partihandel runt om i Finland. Kespro har branschens bästa sortiment av produkter av hög kvalitet till ett förmånligt pris. kespro säljer livsmedel, alkohol,

kärl och dukningstillbehör.(Kespro 2009) Förutom Kespro levererar andra partihandlar till området men har ingen fysisk affär i Vasa, t.ex: Heinon tukku och Meiranova.

I undersökning ”Restaurangernas val av livsmedel” har det tagits reda på varifrån restaurangerna i Vasa centrum skaffar sina livsmedel. Enligt undersökningen använder sig restaurangerna av olika inköpsställen. En del av restaurangerna handlar sina varor från Kespro eftersom det är den enda partihandeln i Vasa.

En del av restaurangerna köper sina grönsaker från Fresh som är en frukt- och grönsaksleverantör i Vasa. I undersökningen visade sig att restaurangerna tyckte att Fresh är en av få, eller till och med den ända grönsaksleverantören som levererar färska varor i Vasa.

Köttprodukter köpte restaurangerna från Atria eller Snellman. Snellman ligger i Jakobstad nära Vasa. Atrias produkter valde restaurangerna på grund av att köttet är garanterat mörkt.

I undersökningen visade sig att alla restauranger köpte fisk från lokala fiskare. En del av restaurangerna använde sig av Snickars fisk. Snickars fisk levererar färsk fisk till restaurangen upp till 5 gånger i veckan. (Korpihalkola 2009)

Yrkesakademin i Österbotten har på sina hemsidor under rubriken lokalproducerat, samlat ett leverantörsregister av österbottens leverantörer av närodlade produkter. En del av de 20 företag som levererar grönsaker odlar även ekologiska produkter. (Yrkesakademin i österbotten, leverantörsregister)

På internetsidan Äkta smak finns en sökmotor med vilken man kan söka leverantörer runt om i Finland. Det går att söka grönsaksleverantörer men även leverantörer av andra produkter. Det går även att kryssa i en ruta ”sök endast företag som producerar ekoprodukter”. När jag utförde sökningen av grönsaksleverantörer med ekoprodukter fick jag kontaktuppgifter till sammanlagt 41 olika företag, företagen producerade även andra produkter än grönsaker. När

jag gjorde samma sökning men sökte företag endast i Österbotten, fick jag kontaktuppgifter till tre företag: Freja gård, Kodials grönsaker, och Revahl grönsaker. Dessa företag säljer ekologiska grönsaker. Valde man att söka även företag med ekologisk kött samt andra ekologiska produkter medräknat ekologiska grönsaker fanns det sammanlagt 8 företag i Österbotten. Gör man samma sökfunktion och även tar med Norra Österbooten och Södra Österbotten finns det ytterligare tre företag som odlar ekologiska grönsaker: Maatila Arto Nauha, Soilen luomutila och Vietävän hyvää. (Aitoja makuja 2011)

Eftersom Freja gård och Revahl grönsaker ligger i Österbotten och odlar ekologiska grönsaker är de Kodials största konkurrenter. Freja gård ligger i Pensala och odlar ekologiska grönsaker samt spannmål. ( Freja gård 2006, Aitoja makuja2011) Revahls grönsaker ligger Övermalax, Revahl odlar ekologisk gurka, tomat och paprika. Revahl säljer även ekologiskt fårkött. (Aitoja makuja 2011)

## **6. FÖR OCH NACKDELAR MED EKOLOGISK MAT**

I detta kapitel behandlas olika aspekterna av användningen av ekologiska livsmedel i matlagning och varför konsumenten väljer att inte använda sig av ekologiska livsmedel.

### **6.1 De goda aspekterna med användning av ekologiska livsmedel**

Det finns många orsaker till varför en restaurang borde servera ekologisk mat. Ekologisk mat anses vara mera smakrik eftersom grönsakerna får mogna långsamt. Ekologisk mat är även hälsosammare än konventionell mat, studier visar att ekologiskt odlade grönsaker och frukt innehåller mera c-vitamin, antioxidanter och viktiga mineraler. (Gryningen 2010)

Ekologiskt odlade produkter innehåller betydligt mindre spår av bekämpningsmedel än konventionella produkter. Hur mycket spår av bekämpningsmedel produkten innehåller är beroende på varifrån produkten kommer. I Finland är bekämpningsmedel inte tillåten vid ekologisk odling medan i vissa europeiska länder är en liten mängd bekämpningsmedel tillåten. (Folkhälsoinstitutet, Muukka m.fl. 2003)

I en artikel publicerad av Iltasanomat, nämns det mera överraskande orsaker till varför folk borde välja ekologiskt odlade produkter. I artikeln påstås bland annat att bekämpningsmedel som används i konventionella grönsaker har konstaterats minska fertilitet. Kemikalier som används vid odling av konventionella grönsaker kan göra dig fet eftersom kemikalierna stör hormonbalansen i kroppen. Kemikalierna kan även vara skadliga för immunförsvaret. I artikeln förklaras också varför ekologisk mat påstås vara bra för hälsan. I artikeln nämns bland annat att ekologiskt kött har 60 % mera omega-3-fettsyror än konventionellt producerat kött. Ekologiskt kött innehåller även 200 % mera e-vitamin än konventionellt producerat kött. Ekologisk mjölk innehåller inga tillväxthormoner som enligt artikeln har samband med prostata- och bröstcancer. Ekologiska ägg

från frigående höns innehåller dubbelt så mycket e-vitamin och tre gånger så mycket omega-3-fettsyror som konventionella ägg. (Dahmane, Noora 2010. 5 yllättävää syytä syödä luomua)

Matens ursprung har börjat intressera konsumenterna allt mera. Enligt en undersökning gjord av konsumentforskningscentralen har man kommit fram till att finska befolkningen har en mycket positiv inställning till ekologisk mat. Gemfört med konventionellt odlad inhemsk mat ansåg man att ekologiskt odlade produkter är bättre. Ekologisk mat ansågs vara dyrare än konventionell och närproducerad mat men ekologisk mat ansågs vara ändå bättre än konventionell och närmat med tanke på hur lite ekologiskt producerad mat påverkar miljön. Man ansåg även att ekologisk mat är renare. (Lähi- ja luomuruoka kiinnostavat kuluttajia ja kunnallisia päättäjiä, Isoniemi m.fl. 2006.)

## **6.2 Ekologiskt i framtiden**

Ekologisk mat har väckt mycket intresse under den senaste tiden, och man tror att det kommer att öka i fortsättningen. Desto större gastronomisk ambition och nivå en restaurang har, desto mer medveten är de om kvalitet och ursprung.

Ekocentrum i Sverige är ett informationscentrum för ekologiska produkter med medlemmar som arbetar med livsmedel och miljöfrågor. I Ekocentrums undersökning ”Ekologisk mat i restauranger - attitydundersökning” skickade man en enkät som besvarades av 54 restauranger därefter djupintervjuades 24 restauranger. Respondenterna var kockar som jobbar i köket och som svarar helt eller delvis för inköpen som görs till restaurangköket. Alla restauranger visade intresse för ekologiskt odlade produkter, det visade att det finns stor potential för försäljning av ekologiskt odlade produkter i framtiden. Största problemet ansågs vara leveranssäkerheten av tillräckliga mängder under en lång tid, oavsett region och årstid. Begränsat utbud och höga priser ansågs också som problem och något som borde förbättra för att mera restauranger skall våga sig på att använda ekologiskt odlade produkter. En av svarande kommenterade att restaurangerna får

dåligt med information och de saknar kunskap om ekologisk mat. De främsta orsakerna till varför restaurangerna använder eller skulle tänka sig använda ekologiska produkter var: det är bättre för miljön, råvarukvaliteten är god, det ger en positiv bild av företaget och för att maten är hälsosammare. (Ekocentrum, 2005)

Forskningscentralen för jordbruk och livsmedelsekonomi har gjort en undersökning, var man undersökt hur finska jordbrukare tror att framtiden inom ekologisk odling kommer att se ut. Största problemet ansåg jordbrukarna var dålig lönsamhet och att de är beroende av stödpengar. Jordbrukarna estimerar att i framtiden kommer konsumenternas bekymmer över livsmedlens ursprung att öka. Genmanipulerade produkter, bekämpningsmedel och djursjukdomar kommer att öka efterfrågan av riskfri mat. Globaliseringen av livsmedelsmarknaden och svårigheter att kunna identifiera varifrån produkten härstammar kommer också att öka efterfrågan av ekologiska produkter. I framtiden kommer konsumenterna att alltså att vilja ha hälsosam och riskfri mat, enligt jordbrukarna är ekologisk mat svar på denna efterfråga. (Kröger, 2001 .Luomutuotanto Suomessa 2010 - Luomuviljelijöiden tulevaisuuden näkemyksiä.)



## **7 KODIALS GRÖNSAKER**

I detta kapitel presenteras företaget Kodials Grönsaker som är uppdragsgivare till detta arbete.

### **7.1 Företaget**

Kodials grönsaker är ett företag som odlar ekologiska produkter. Kodials gård ligger i Singsby ca 8 kilometer från Vasa. På gården har Kodial ännu igen gårdsbutik men säljer grönsaker till ca 30 olika affärer i Vasa, Korsholm, Laihela och Vörå. Förutom affärer säljer Kodial sina produkter till restauranger, skolor och privatpersoner i närliggande områden

Ravel Kodial och hans fru Berit Kodial började odla ekologisk redan år 1988. År 2005 byggdes det första växthuset på gården och efter det har produktioner bara vuxit. Företagets produktion har vuxit mycket på den senaste tiden på grund av att intresse till ekologiska och närproducerade råvaror har ökat.

Kodial odlar 500 kvadrantmeter året om och sammanlagt finns det 2000 meter växthusareal och 11 hektar odlingsmark utomhus. Vatten till grönsakerna tar Kodial från sin egen brunn med vattenreningsverk. I företaget arbetar 3 personer heltid och på sommaren har de några sommarjobbare. (Backa, Luzilla 2010)

Kodial sköter själv odling, skördning, förpackning och transport av sina grönsaker. Kodial fick utmärkelsen ”Årets ekoprofil” år 2003 av Svenska Österbottens Ekologiska förening. År 2006 levererade Kodial 22 olika produkter till middagen som serverades till det svenska kungaparet när de besökte Vasa. (Kodials Grönsaker 2011)

### **7.2 Produkter**

I Kodials produktsortiment finns 140 olika grönsaker. Alla Kodials produkter är märkta med ”Luomu” märket, och följer därför alla krav och regler för ekologiskt odling. Till Kodials sortiment hör olika Sallader, Örter och grönsaker. Kodial

säljer även några mera ovanliga produkter som t.ex. ätbara blommor. På Kodials internetsidor är det möjligt att se alla återförsäljare i Österbotten. På sidorna nämns även att Kodial utvecklar sina produkter enligt kundernas behov och att de är övertygade om att ekologiskt odlade produkter är det rätta och mest hälsosamma alternativet för konsumenterna.

## 8 PRESENTATION AV FÖRETAG

I detta kapitel presenteras olika företag som deltagit i undersökningen.

### 8.1 Panorama

Panorma är en lunchrestaurang med 80 kundplatser. Panoramas affärsidé är att servera välsmakande husmanskost i form av en lunchbuffé. Panorama är riktad till alla målgrupper, den största kundgruppen är äldre människor och arbetare från närliggande företag. (Sabel 2010)

Panorama har öppet vardagar 10.00–16.00. Varje dag serveras en lunchmeny som innehåller både kött och fiskrätter samt en soppa. Sammanlagt serveras 4 varmrätter och ett rikligt salladsbord med bröd och andra tillbehör. Till efterrätt kan man välja mellan kaffe och glass. (Panorama 2010)

Panorama har även en a la carte – lista som kan beställas av lunchtid. På a la carte -listan finns bland annat: sik, kötbullar, biff, barnportioner och dieträtter. (Panorama 2011)

### 8.2 Gustav Wasa

Gustav Wasa är en stämningsfull restaurang i Vasa centrum. Gustav Wasa har öppet på vardagar från klockan 18.00 och på lördag från klockan 16.00. Gustav Wasa serverar a la carte rätter från lista och sin egen GW7 tasting-meny som innehåller 7 rätter som varierar från vecka till vecka. Restaurangen serverar även lunch och gruppmenyer som bör beställas på förhand. (Gustav Wasa 2011)

Gustav Wasas klassas som en *fine dining* restaurang. Restaurangen satsar på lokalt producerande råvaror som är typiska för säsongen. Populärast just nu på Gustav Wasa är deras GW7 tasting-meny. När man beställer GW7 menyn får man 7 mindre rätter för samma pris som man skulle betala för 3 större rätter, idén är att kunden skall få så många unika smakupplevelser som möjligt. Gustav wasa har

även konferensutrymmen och bastu och på sommaren ansvarar de för sommarrestaurangen Seglis i Vasklot. (Hellman 2011)

### **8.3 Kaffehuset August**

Kaffehuset August är ett familjeföretag som ligger i Vasa Centrum. Företaget serverar lunch och a la carte rätter och olika specialkaffe med tillbehör.

Kaffehuset August har även ett brett vinsortiment. Företaget ordnar olika tillställningar i sina lokaler och har olika kursen bland annat matlagningskurser och vintasting. (Berg 2011)

Kaffehuset August har öppet på måndagar till klockan 17.00. Tisdag till lördag till klockan 23.00. (Kaffehuset August 2011)

### **8.4 Restaurang Vallonia Garden**

Restaurang Vallonia Garden har 215 kundplatser och ligger i Korsholm i samband med hotellet Vallonia garden. I restaurangen serveras frukost och lunch. Luchen inkluderar salladsbord, hembakat bröd och en varmrätt. Under lunchtid kan man även beställa veckans biff och pizza. Kvällstid har restaurangen en a la carte meny. Hotellet har utrymmen för lokaler och konferenser och restaurangen har olika konferensmenyer att välja mellan. (Hotel Vallonia Garden 2011)

### **8.5 Berny´s Restaurant**

Berny´s Restaurant är belägen vid Replot bron utanför Vasa. restaurangen har 180 kundplatser och ytterligare 80 platser på terrassen. Vardagar serveras lunch från stående bord mellan klockan 11 och 15. På vardagar kan man även beställa fiskrätter från köket. På helgarna serveras lunch från ett rejält skärgårdsbord men många lunchalternativ. A la carte rätter serveras till grupper på minst 10 personer och de bör beställas på förhand. Berny´s Restaurant ordnar även skräddarsydda bröllop och familjefester i sina lokaler. (Berny´s Restaurant 2011)

Ägaren Mikael Erkas beskriver Berny's som en fiskrestaurang som satsar mycket på närproducerad mat med hög kvalitet. (Erkas 2011)

## **9 EMPIRISK UNDERSÖKNING**

I detta kapitel förklaras syftet med undersökningen, vilka metoder har använts och hur undersökningen kommer att genomföras helt praktiskt.

### **9.1 Syftet med undersökningen**

Denna undersökning har jag gjort för att kartlägga använder caféer och restauranger i Vasa ekologiska produkter och hurdana produkter företagen möjligen är intresserade av. Vem som ansvarar för anskaffningen av varor och varifrån restaurangerna beställer sina varor.

Ekologiska odlaren Kodial är uppdragsgivare för detta arbete och han önskar veta om Caféerna och restaurangerna i Vasa överhuvudtaget är intresserade av ekologiska livsmedel, och hurdana produkter i så fall. Med resultatet hoppas jag hitta potentiella kunder till Kodial och kartlägga vilka restauranger som använder ekologiska produkter och hur stort intresse det finns för ekologiska produkter i restaurangerna och Caféerna i Vasa.

Med undersökningen önskar jag få svar på, om det finns en efterfrågan av ekologiska livsmedel och om det finns en förfrågan av Kodials produkter. Med hjälp av svaren hoppas jag att Kodial skall kunna lättare marknadsföra sina produkter till de olika företagen

### **9.2 Undersökningsmetod**

I detta fall är undersökningen en explorativ undersökning som betyder att man vill göra en djupare analys av ett litet antal undersökningsenheter. (Lekvall & Wahlbin 2008, 248)

Undersökningen görs med personliga intervjuer. Med en personlig intervju är det enklare än t.ex. med enkätundersökning, att få tydliga svar eftersom den som intervjuar kan ställa följdfrågor och styra intervjun mot önskad riktning. När man

använder personliga intervjuer som undersökningsmetod är det möjligt att få en stor svarsprocent. När man använder t.ex. enkätundersökning, är det möjligt att den svarande endast svarar på en del av frågorna, men med intervjuer kan man ha ett längre frågeformulär att se till att alla frågor blir besvarade och om den som blir intervjuad inte förstår frågorna kan den som intervjuar förklara vad som menas med frågorna detta är inte möjligt vid t.ex. enkätundersökning. Den som intervjuar bör vara neutral och inte påverka den som blir intervjuad för att få sådana svar som man vill ha för att hålla undersökningen tillförlitlig. (Lotti, Leila 1994. Markkinointitutkimuksen käsikirja. 1 upplagan. Borgå. WSOY.)

### 9.3 Urvalsmetod

Restaurangerna och Caféerna som intervjuats i undersökningen, har jag själv valt och Kodial har också sagt vilka restauranger och caféer han önskar finnas med i undersökningen. Restaurangerna och caféerna som har valts har valts på basis av deras image, och hur bra det anses att ett ekologiskt koncept skulle kunna passa in i deras stil.

Kodial har valt restauranger och caféer som han själv är intresserade av och sådana restauranger som han har sålt sina produkter till tidigare. I denna undersökning har använts ett bedömningsurval som betyder att man väljer vissa respondenter till undersökningen på förhand för att de är intressanta för undersökningen. (Lekvall & Wahlbin 2008, 248)

Kodials önskemål var att välja caféer och restauranger i Vasa regionen, för att han gärna vill leverera sina varor till Vasa regionen, dels för att spara kostnader och för att han tycker det är viktigt att man använder sig av närproducerat för ett det bland annat sparar på naturen.

I undersökningen har valts att inte ta med några kedjerestauranger eftersom kedjerestauranger ofta har begränsningar till vad de får använda för produkter och varifrån produkterna skall köpas, detta eftersom portionerna skall smaka och se likadana ut i alla kedjans restauranger. Jag har också valt att exkludera

kedjerestaurangerna för att icke-kedjerestauranger kan ha större möjlighet att experimentera och pröva på nya recept och ta in små partier av varor och de kan vara lättare för en icke-kedjerestaurang att tillföra ett nytt koncept som t.ex. ekologiskt i detta fall.



## **10 RAPORTERING AV UNDERSÖKNINGEN**

I detta kapitel beskrivs hurdana resultat undersökningen har gett.

Undersökningen är gjord med personliga intervjuer, alla intervjuer är utförda under februari månad 2011. Alla personer som intervjuades ansvarar för inköp av råvaror till restaurangen. Intervjuerna gjordes med hjälp av intervjufrågor (Bilaga1) som var gjorda på förhand. Svaren som intervjuerna gav var alla mycket lika och den största delen av restaurangerna använde likadana ekologiskt odlade produkter i sin restaurang. Restaurangerna hade också mycket lika åsikter om ekologisk mat.

### **10.1 Anskaffning av varor**

#### **10.1.2 Vem sköter anskaffningen av varor**

I de flesta restauranger skötte restaurangens ägare anskaffningen av alla varor, i dessa fall jobbade ägare nära med kockarna eller ägaren var själv kökschef. I de restauranger var ägaren inte skötte anskaffningen av varorna var ansvaret på köksmästaren eller den ansvarige kocken, men även i dessa fall samarbetande kockarna med ägaren när det gällde varornas priser och leverans.

#### **10.1.3 Varifrån skaffar restaurangerna sina varor**

När det gäller dagliga varor och sådana varor som restaurangerna, använder mycket av som till exempel: torrvaror och konserver använde en restaurang sig av Heinon Tukku som är en partihandel och familjeföretag. De andra restaurangerna använde sig av Kespro. Kespro använde de flesta för att det är den ända partiaffären i Vasa.

Grönsaker köpte de flesta restauranger från Fresh servant Oy. En av restaurangerna använde sig Kodials Grönsaker, men även denna restaurang tog en del av grönsakerna från Fresh. Restaurangerna använde sig av Fresh servant Oy för att de har ett brett sortiment, leveranssäkerheten är mycket bra och för att de

får bra service. Fresh ringer och frågar vad restaurangen vill beställa. Efter Fresh tagit emot beställningen levererar de varorna till restaurangen. Restaurangerna tyckte om detta koncept eftersom de inte själv behöver ringa och beställa och har då en sak mindre att tänka på. Att göra en beställning och sedan ringa upp ett företag eller göra en beställning på internet är tidskrävande och därför tycker restaurangerna om när Fresh ringer, det gör även kundservicen mera personlig.

Fyra av fem restauranger köpte sin fisk från Snickars fisk. Enligt de restaurangerna som använde sig av Snickars, levererar Snickars den färskaste fisken. Restaurangerna tyckte även om det faktumet att fisken var lokal och fisken blev levererad genast på morgonen efter den blivit fångad. Snickars fisk köper sina fiskar från lokala fiskare i Vasa-Korsholm regionen.

När det gäller kött använde sig restaurangerna av olika leverantörer. En del av restaurangerna använde sig av lokala köttproducenter: Björkens gård i Kronoby, Hahtolan liha Oy i Orismala Storkyro. Andra köttleverantörer som användes var: Hk, Saarioinen, Snellman. En av restaurangerna köpte sitt kött via Citymarket. När det gällde val av köttleverantör var det viktigt att köttet var garanterat mörkt och av god kvalitet, för en del restauranger var det även viktigt att köttet var närproducerat. Alla restauranger var av den åsikten att köttet måste vara inhämskt.

#### **10.1.4 Viktigaste kriterierna vid val av leverantör**

Enligt de som ansvarar för anskaffningen av varor, var ett av de viktigaste kriterierna vid val av leverantör leveranssäkerheten. Eftersom de flesta restauranger inte hade stora förvaringsutrymmen är det viktigt att kunna beställa små partier av varor och att varorna levereras då det är överenskommet.

Restaurangerna var av den åsikten att det är viktigt att varorna alltid finns att beställas eftersom restaurangen inte kan byta sina maträtter enligt vad det finns för produkter att fås. För restaurangerna var det även viktigt att få inhemska varor till ett bra pris. Restaurangerna var överens om att kvaliteten på produkterna skall

vara god och livsmedlen färska och se bra ut. Restaurangerna uppskattade även god och personlig kundservice.

## **10.2 Användning av ekologiska produkter**

Tre av de fem restaurangerna som intervjuades använde sig av ekologiska produkter kontinuerligt eller säsongvis. Ekologiska produkterna köptes från Kodial, Fresh servant Oy och Leipurin tukku. De flesta restauranger använde sig av ekologiska produkter endast på sommarhalvåret.

### **10.2.1 Ekologiska produkter som används**

De flesta restauranger använde sig av ekologiska grönsaker på sommaren och ekologiska rotsaker på vintern. Grönsakerna som användes var olika salladssorter, tomat och gurka. En del av restaurangerna hade även prövat på mindre partier av andra grönsaker. Av rotfrukterna användes mest potatis och morötter. En av restaurangerna använde ekologiskt mjöl och ekologiska frön vid bakning. Två av restaurangerna använde sig av ekologiskt kött. En del av restaurangerna använde sig även av ekologiska bär och svampar.

### **10.2.2 Orsaker till användning av ekologiska produkter i restauranger**

Restaurangerna som intervjuades var ense om att ekologiskt i dag är en trend. Att ha ekologiskt menyn lockar nya kunder. Enligt restaurangerna är ekologiska produkter av bättre kvalitet jämfört med konventionella produkter. En av restaurangerna var av den åsikten att vid användning av ekologiska produkter typiska för årstiden får man färska och förmånliga maträtter. Majoritet av restaurangerna tyckte även att ekologiskt är bättre för naturen och att livsmedlen smaker bättre och är hälsosammare då de inte används bekämpningsmedel och handelsgödsel.

### **10.2.3 Orsaker till att man inte använder ekologiska produkter i restauranger**

Alla restauranger som inte använde ekologiska produkter tyckte att ekologiska produkter är för dyra. En del av restaurangerna var av den åsikten att ekologiska produkter är svåra att få tag på och leveranssäkerheten är dålig, åtminstone på vinterhalvåret. En av restaurangerna var av den åsikten att det inte finns tillräckligt med efterfrågan av ekologisk mat.

### **10.3 Restaurangernas åsikter om ekologiska produkter**

Av de restauranger som intervjuades och inte använde ekologiska produkter var det endast en restaurang som inte är intresserad av att använda ekologiska produkter i framtiden. Denna restaurang satsar hellre på närodlade produkter. Även de andra restaurangerna uppskattade närodlade produkter och använde dem i sin restaurang.

De restauranger som använde ekologiska produkter var alla intresserade av, att pröva på nya ekologiska produkter som de tidigare inte har använt sig av. Produkter man var intresserade av var bland annat; olika salladssorter, färska örter, ovanliga rotsaker som gul morot etc.

De flesta av restaurangerna var även intresserade av att använda ekologiskt kött. En av restaurangerna var intresserad av att eventuellt tillföra Ekologiska vin till menyn.

Restaurangerna som använde ekologiska produkter var nöjda med de produkter de använt. Restaurangerna ansåg att leveranssäkerheten av de leverantörer de använt när de gäller ekologiska produkter har varit bra men inte utmärkt. Restaurangerna var ense om att en stor del av ekologiska produkter de har använt har varit bättre kvalitet än de produkter de använt tidigare.

#### **10.4 Användning av ekologiska produkter i framtiden**

Restaurangerna var intresserade av att använda mera ekologiska produkter i framtiden och de var säkra på att efterfrågan av ekologiska produkter kommer att öka i framtiden. De flesta restauranger var intresserade av ekologiskt kött och ekologiska grönsaker och rotfrukter typiska för säsongen. De flesta restauranger önskade att få mera information om hurudana ekologiska produkter det finns på marknaden.

Endast en av de restauranger som intervjuades var inte intresserad av att använda ekologiska produkter i framtiden. Denna restaurang var mer intresserad att tillföra mera närproducerade livsmedel till sin meny.

#### **10.5 Kunskap om ekologiska livsmedel**

De flesta restaurangerna var ense om att de som odlar ekologiska livsmedel marknadsför sig dåligt och att restaurangerna inte vet hurudana produkter finns att köpas under de olika säsongerna.

Under intervjun frågades restaurangerna, om de skulle vara intresserade av att besöka en visning hos en odlare var de kunde bekanta sig med olika ekologiska produkter, få smakprover och lära sig mera om ämnet. De flesta tyckte det var en mycket bra idé och endast en restaurang som inte visade intresse av att delta i en visning.

#### **10.6 Förbättringsförslag till Kodials Grönsaker**

Många av restaurangerna som intervjuades var av den åsikten att odlare marknadsför sig dåligt och att de inte vet hurudana produkter som finns på marknaden. Därför skulle det vara skäl för Kodial att marknadsföra sig men hjälp av t.ex. en broschyr som skulle innehålla en lista över produkter som finns att

köpas samt uppgifter om hur produkterna beställs och information om transport och leverans. Informationen om transport och leverans är viktig eftersom många restauranger inte använder ekologiska produkter på grund av att de anser att leveranssäkerheten är så dålig. Enligt undersökningen som gjordes var majoriteten av restaurangerna som intervjuades intresserade av att delta i en visning av ekologiska livsmedel var Kodials grönsaker skulle på sin gård presentera olika produkter och restaurangernas representanter skulle få smaka på olika produkter och se vad som går att tillverka av de mera speciella produkterna.

Eftersom en stor del av restaurangerna köper mer eller mindre produkter från Kespro och andra partiaffärer, skulle Kodial kunna försöka få sina produkter på hyllorna i dessa partiaffärer på så sätt skulle Kodials produkter vara tillgängliga för flera restauranger och restaurangerna skulle kunna handla produkter på samma gång se köper andra nödvändigheter till restaurangen.

## 11 RESULTAT

Enligt undersökningen använder tre av fem restaurangerna som deltagit i undersökningen ekologiska livsmedel i någon form. Det används lite produkter och oftast används inte produkterna året om utan bara under en viss säsong, oftast under sommaren då det är lättare att få tag i färska ekologiska produkter. En orsak till detta är, att restaurangerna är okunniga om det breda sortimentet av ekologiska produkter som finns på marknaden.

De flesta restauranger är intresserade av ekologiska livsmedel och vill använda sig av ett bredare sortiment av ekologiska livsmedel. Orsaken till att restauranger ändå inte använder mera ekologiska livsmedel är enligt de restauranger som deltagit i undersökningen, dyra priset och dålig leveranssäkerhet och för att de inte har kunskap om vad det finns för produkter att köpas under de olika säsongerna. En del av restaurangerna önskade att ekologiska odlare skulle marknadsföra sig bättre så att personalen på restaurangen inte behöver ödsla tid på att söka fram information på vad odlarna har att erbjuda.

De flesta restauranger ville använda mera färska ekologiska grönsaker och rotfrukter typiska för säsongen. Majoriteten av de som intervjuades var mycket intresserade av ekologiskt kött och i en del restauranger användes redan ekologiskt kött. En av restaurangerna var intresserad av ekologiska viner.

Enligt undersökningen var det restaurangens ägare eller kökschefen som skötte anskaffningen av varor till restaurangen, i de mindre restaurangerna var ägaren själv kökschef i restaurangen. Restaurangerna var ense om de viktigaste kriterierna när de väljer leverantör; leveranssäkerhet, förmånliga priser och färska råvaror.

De flesta restauranger var intresserade av att lära sig mera om ekologiska produkter och var intresserade att besöka en odlare och se varifrån produkterna kommer och vad odlaren har att erbjuda.

Enligt undersökningen var restaurangerna väldigt medvetna om vad begreppet ekologiskt betyder och de goda aspekterna med ekologiska produkter.

Restauranger vad av sådan åsikt att efterfrågan av ekologisk mat kommer att öka i framtiden och därför är det även ett bra marknadsföringsknep för restaurangerna. Restaurangerna är även av den åsikten att använda ekologisk ger restaurangen en bra image.

Även intresset för närodlade produkter var stor och många restauranger använde redan närodlade produkter, steget från att använda närodlat till att använda ekologiskt odlade produkter är inte stort och många odlare som säljer närodlade produkter har ekologiska produkter i sitt sortiment.

Eftersom det klart finns ett intresse bland restaurangerna att använda ekologiska livsmedel, skulle det vara bra för odlare att marknadsföra sig mera. Odlare borde marknadsföra sina produkter särskilt mera ovanliga produkter som inte restaurangerna är så medvetna om. Odlare konkurrerar med priser och eftersom restaurangerna tycker att priset på ekologiska produkter är för högt väljer de med stor sannolikhet en billigare odlare. Odlaren borde därför med jämna mellanrum jämföra sina priser med konkurrenternas.

Förutom att marknadsföra själva produkten, kunde odlare även ge tips och idéer om hur produkten kan användas, eftersom det för restauranger kan vara svårt att hitta på hur man använder de mera ovanliga produkterna på bästa sätt. En annan idé skulle vara att inte bara ge smakprov på själva produkten utan också på maträtter och dylikt tillverkade av olika ekologiska livsmedel, helst med mera ovanliga och innovativa recept.



## 12. SAMMANFATTNING

Att använda ekologiska livsmedel är en växande trend i restaurangbranschen. En stor del av konsumenterna i dag vill veta matens ursprung och vad maten de äter egentligen innehåller. Användningen av ekologiska livsmedel har ökat under de senaste åren och arealen av ekologisk odlingsmark har ökat. I dag använder till och med var fjärde finländare ekologiska produkter regelbundet.

Restaurangerna i Vasa väljer ändå att inte använda ekologiska livsmedel i större mängder på grund av att de anser att leveranssäkerheten är dålig och att priset på ekologiska livsmedel är så högt att det inte därför är lönsamt att servera ekologisk mat. Restaurangerna satsar på närodlat mat, men är beredda att använda mera ekologiska produkter i framtiden.

Undersökningen gjordes med hjälp av intervjuer med personer på privatägda restauranger i Vasa. Personerna som intervjuades hade ansvar för anskaffningen av råvaror till restaurangen. I undersökningen deltog 5 restauranger, både lunch och a la carte restauranger.

Med hjälp av resultaten som detta arbete har gett, kan Kodial grönsaker se hur restaurangerna använder ekologiska produkter och vad restaurangerna önskar sig av odlare. I arbetet har även givits konkreta förbättringsförslag till Kodial som han kan ha nytta av i framtiden.

### 12.2 Förslag till följundersökning

De finns goda möjligheter till vidareforskning av denna undersökning. Förutom privata restauranger, kan man undersöka kedjerestauranger och även intervjua olika odlare.

Eftersom marknadsföring och leveranssäkerhet verkar vara de största problemen för odlare kunde man göra en marknadsföringsplan för odlare och undersöka

hurudan leverans restaurangerna önskar sig. Eftersom ekologisk just nu är en trend och restauranger vill använda sig av mera ekologiska produkter kunde det vara en idé att göra om undersökning efter ett antal år för att se hur utvecklingen ser ut och hur mycket restaurangerna använder ekologiska produkter och hur det har inverkat på deras försäljning.

## **13 KÄLLFÖRTECKNING**

### **1. Trykta arbeten**

Björklund, Johanna & Holmgren, Pär & Johansson, Susanne 2008. Mat & klimat. 1 upplagan. Värnamo. Medströms bokförlag. Gaudeamus.

Juurikainen, Outi 2007. Pikkunupun luomuoapas. Ilias Oy.

Lehtinen, Mika & Peltonen, Harri & Talvinen, Päivi 2003. Ruoanvalmistuksen käsikirja. 1 upplagan. Helsinki. WSOY.

Lekvall, Per & Wahlbin, Clas 2008. Information för marknadsföringsbeslut. 4 upplagan. Göteborg. IHM publishing.

Lotti, Leila 1994. markkinointitutkimuksen käsikirja. 1 upplagan. Borgå. WSOY.

Mononen, Tuija & Silvasti, Tiina 2006. Ruokakysymys. 1 upplagan. Helsinki.

Särs, Ulf 2003. Vastuullisen kuluttajan ruokaostoskirja. Helsinki. Suomen ekumeeninen neuvosto. Kirkon Ulkomaanapu.

### **2. Artiklar**

Backa, Luzilla 2010. Kodials mättar många munnar. Vasabladet 2.6.2010.

### 3. Elektroniska publikationer:

Aitoja makuja 2010. [online]. [hänvisning 27.10.2010] Tillgänglig i form av  
www-dokument: <http://www.aitojamakuja.fi/hakusivu.php>

Aitoja makuja 2011. [online]. [hänvisning 13.04.2011] Tillgänglig i form av  
www-dokument: [www.aitojamakuja.fi/hakusivu.php#k344](http://www.aitojamakuja.fi/hakusivu.php#k344)

Ekocentrum. 2005. Ekologisk mat i restauranger-attitydundersökning, [online].  
[hänvisning 27.10.2010] Tillgänglig i form av pdf-fil:  
<http://www.ekocentrum.info/resturangeko.htm>

Finlands naturskyddsförbund, 2011. Kohti ilmastoystävällistä ruokaa. [online].  
[hänvisning 25.03.2011] Tillgänglig i form av www-dokument:  
<http://www.sll.fi/luontojaymparisto/ilmastonmuutos/ilmasto-lautasella>

Folkhälsoinstitutet, Muukka m.fl. 2003 [online]. [hänvisning 27.10.2010]  
Tillgänglig i form av www-dokument:  
[http://www.ktl.fi/attachments/suomi/julkaisut/julkaisusarja\\_b/2003b4.pdf](http://www.ktl.fi/attachments/suomi/julkaisut/julkaisusarja_b/2003b4.pdf)

Gryningen 2010. [online]. [hänvisning 27.10.2010] Tillgänglig i form av www-  
dokument: [http://www.gryningen.eu/Varfor\\_ekologiskt.aspx](http://www.gryningen.eu/Varfor_ekologiskt.aspx)

Gustav Wasa, 2010. [online]. [hänvisning 24.02.2011] Tillgänglig i form av  
www-dokument: <http://www.gustavwasa.com>

Hotel Vallonia garden, 2010. [online]. [hänvisning 24.02.2011] Tillgänglig i form  
av www-dokument: <http://www.vallonia.fi>

Kaffehuset August, 2010. [online]. [hänvisning 24.02.2011] Tillgänglig i form av  
www-dokument: <http://www.kaffehusetaugust.fi>

Kespro, 2010. [online]. [hänvisning 23.09.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: <http://www.kespro.com/kespro/kesprooy>>

Kodials Grönsaker, 2010. [online]. [hänvisning 10.09.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: <http://www.kodial.fi>>

Kodials Grönsaker, 2011. [online]. [hänvisning 13.04.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: [www.Kodial.fi](http://www.Kodial.fi)

Korpihalkola, Janica. Restaurangernas val av livsmedel 2009.[online]. [hänvisning 27.09.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-200912087408>

Kröger. 2001. Luomutuotanto Suomessa 2010 -Luomuviljelijöiden tulevaisuuden näkemyksiä. [online]. [hänvisning 27.10.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/mtt/ajankohtaista/uutiset/2001/Luomuviljelij%C3%A4n%20erilaisia%20n%C4%20kemyksi%C4%20luomutuotannon%20tulev>  
[v](#)

Kuluttajavirasto, 2011. [online]. [hänvisning 11.04.2011] Tillgänglig i form av www-dokument: [www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/ymparistomerkit/luomumerkki](http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/ymparistomerkit/luomumerkki)

Kuluttajavirasto, 2011. Eko-ostaja. [online]. [hänvisning 12.04.2011] Tillgänglig i form av www-dokument: [www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/elintarvikkeet/lahiruoka](http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/elintarvikkeet/lahiruoka)

Livsmedelssäkerhetsverket Evira. Ekoproduktion [online]. [hänvisning 25.08.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: [URL:http://www.evira.fi/portal/se/v\\_xtproduktion\\_och\\_foder/ekoproduktion/](http://www.evira.fi/portal/se/v_xtproduktion_och_foder/ekoproduktion/)

Lähi- ja luomuruoka kiinnostavat kuluttajia ja kunnallisia päättäjiä, Isoniemi m.fl. 2006. [online]. [hänvisning 27.10.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: [http://www.ncrc.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet\\_2005-2010?136\\_m=362](http://www.ncrc.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2005-2010?136_m=362)

Natur och miljö, juli 2007. [online]. [hänvisning 23.09.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: [http://www.naturochmiljo.fi/sve/arkiv/rad\\_tips/rad\\_article-9383-4260.html](http://www.naturochmiljo.fi/sve/arkiv/rad_tips/rad_article-9383-4260.html)

Noora Dahmane 2010, 5 yllättävää syytä syödä luomua [online]. [hänvisning 27.10.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: <http://www.iltasanomat.fi/hyvaolo/terveys.asp?id=2058666>

Panorama, 2010. [online]. [hänvisning 24.02.2011] Tillgänglig i form av www-dokument: <http://www.panoramavaasa.fi>

Portaat Luomuun, 2010. Luomu ammattikeittiöissä [online]. [hänvisning 31.08.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: [http://www.portaatluomuun.fi/menu\\_description.asp?oid=100&menu\\_id=100&menupath=100#aa100](http://www.portaatluomuun.fi/menu_description.asp?oid=100&menu_id=100&menupath=100#aa100)>

Portaat Luomuun, 2010. Opetuskalvot [online]. [hänvisning 10.09.2010] Tillgänglig i form av Powerpoint presentation: <URL: <http://www.portaatluomuun.fi/opetuskalvot>

Portaat Luomuun, 2011. Toimintatapa [online]. [hänvisning 12.04.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: [www.portaatluomuun.fi/toimintatapa](http://www.portaatluomuun.fi/toimintatapa)

Ruokatiedon uutiset, 17.12.2009. Ammattikeittiöt ovat lisänneet luomuraaka-aineiden käyttöä. [online]. [hänvisning 31.08.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: [URL:http://www.nettikeittio.fi/ammattikeittiot\\_ovat\\_lisanneet\\_luomuraaka\\_aineiden\\_kayttoa](http://www.nettikeittio.fi/ammattikeittiot_ovat_lisanneet_luomuraaka_aineiden_kayttoa)

Ruokatieto yhdistys Ry, 2008 Luomua tilastoissa [online]. [hänvisning 13.12.2010] Tillgänglig i form av www-dokument:

[http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruokafaktaa/Luomua\\_tilastoissa/Kotitalous\\_luomun\\_ostajana](http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruokafaktaa/Luomua_tilastoissa/Kotitalous_luomun_ostajana)

Ruokatieto yhdistys Ry, 2009. Luomua ammattikeittiössä [online]. [hänvisning 31.08.2010] Tillgänglig i form av www-dokument: <URL:

[http://luomu.ruokatieto.fi/WebRoot/1043196/x\\_artikkelinhallinta.aspx?id=1123673](http://luomu.ruokatieto.fi/WebRoot/1043196/x_artikkelinhallinta.aspx?id=1123673)>

Ruokatieto yhdistys Ry, 2010 Luomua tilastoissa [online]. [hänvisning 25.08.2010] Tillgänglig i form av www-dokument:

[URL:http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruokafaktaa/Luomua\\_tilastoissa](http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruokafaktaa/Luomua_tilastoissa)

Valio Oy, 10.6.2009. Artikel: Tuleeko luomusta koko kansan trendi? [online]. [hänvisning 31.08.2010] Tillgänglig i form av www-dokument:

<URL:[http://www.deski.fi/page.php?page\\_id=9&tiedote\\_id=9356](http://www.deski.fi/page.php?page_id=9&tiedote_id=9356)>

Ympäristömerkki, 2011. [online]. [hänvisning 11.04.2011] Tillgänglig i form av www-dokument: [www.ymparistomerkki.fi](http://www.ymparistomerkki.fi)

Yrkesakademin i österbotten, leverantörsregister [online]. [hänvisning 27.10.2010] Tillgänglig i form av www-dokument:

[http://www.yrkesakademin.fi/swe/Lokalproducerat/Lokalproducerad\\_mat\\_i\\_osterbottniska\\_kok/Leverantorsregister.524.1.html](http://www.yrkesakademin.fi/swe/Lokalproducerat/Lokalproducerad_mat_i_osterbottniska_kok/Leverantorsregister.524.1.html)

#### **4. Intervjuer**

Berg, Märten, ägare 03.02.2011. Kaffehuset August. Vasa. Intervju.

Sabel, Mats, ägare 04.02.2011. Panorama lunchrestaurant, Vasa. Intervju.

Karlsson, Markus, 09.02.2011. Restaurant Vallonia Garden. Vasa. Intervju

Erkas, Mikael, ägare 15.02.2011. Berny's Restaurant. Vasa. Intervju

Hellman, Kim, ägare 16.02.2011. Gustav Wasa, Vasa. Intervju.