

Texten är automatiskt genererad. Vi har i nuläget endast möjlighet att erbjuda transkriberingar i obearbetad form.

Coronapandemin har gjort stort avtryck i våra matvanor. En tydlig effekt är att vi äter mindre mat ute. Och restaurangbranschen har drabbats hårt under pandemin. Men en annan effekt är att konsumtionen av svenska produkter har ökat. Allt fler handlar hem svenskt kött och svenska odlade grönsaker. Men just på restaurangerna är det bara en femtedel av allt kött som serveras som är svenskt. Så hur kan andelen svensk mat öka i restaurangköket? Och hur ser restaurangbranschens möjlighet ut till att bidra till livsmedelsstrategi s mål om en ökad svensk produktion? Du lyssnar på både Landet, en podd från Landsbyggsnätverket med mig Håkan Montelius. Var kommer köttet på tallriken ifrån? Ja, det kan man fråga sig när man är ute och äter på restaurang. Det är inte alltid så lätt att få reda på det som restaurangbesökare. Faktum är att det är bara runt en femtedel av allt kött som serveras på svenska restauranger som är just svenskt. Detta enligt en undersökning som LRF gjorde 2019 och i dagens avsnitt av podden Landet ska vi diskutera just detta. Hur kan vi få bättre information om matens ursprung på restaurangerna? Och hur kan vi framför allt öka andelen svenskt kött som serveras? För att diskutera detta har vi dagens paneloch först och främst vilja säga hej och välkommen till Sofia Albrektsson på Hushållningssällskapet. Hej! Du arbetar som landsbyggsutveckling på Hushållningssällskapet i Jönköpings län och där har du medverkat i flera projekt. Vill du berätta något kort? Jag och min roll handlar i mycket om att marknadsföra den lokala maten vi har runt omkring oss och då såklart med fokus på svenska råvaror, men även mycket fokus på lokalt. Jag säger också välkommen till Claes Lövgren från Destination Småland. Hej Klas! Hej! Hallå och du är bland annat ansvarig för projektet Hållbar fast food i Kronobergs län. Berätta lite kort om det. Ja, det är ju så att restaurangerna efterfrågar mer lokala produkter till sina restauranger och då är det ju flera bitar i detta som är viktiga att lösa. Det ena är ju att hitta bra producenter som

har en bra hållbar produktion och produkter som platsar. Sedan så är jag noggrann med också att det gäller att hitta de stora, noggrant utvalda restauranger som kan hantera de här produkterna så det blir på ett professionellt sätt. Så det blir två för båda parter. Och vår tredje paneldeltagare är Ulrika Norvell, kvalitetsansvarig på Svensk Märkning AB. Hej Ulrika! Hej! Hej! Berätta lite kort om svensk märkning. Jag tror att många svenskar känner till er lilla etikett som man kan se ut i dagligvaruhandeln.

Ja, men det tror vi också. Vi får svensk märkning. Vi jobbar ju med från Sverige. Märket där frivilliga ursprungsmärkning för mat, livsmedel, råvaror och blommor är ett från Sverige blågult märke. Och i paketet ingår också kött från Sverige och mjölk från Sverige. Så vi har Klas och Ulrika varmt välkomna till den landet. Tack! Tack! Ja.

Men innan vi börjar paneldiskussion så ska vi höra en röst från själva restaurangbranschen. Därför säger jag hej och välkommen till Ludvig Jureskog. Tack, snälla tack! Du är ju tillsammans med din bror Johan, grundare till hamburgerkedjan Jureskog, och där är du också operativt ansvarig för de som inte känner till er. Kan du berätta lite kort? Vad är Jureskog för en kedja?

Ja, absolut. Vi är ju en snabbmatskedja som bildades 2018 och vi ville ju vara en konkurrent och ser oss själva som en konkurrent. Och utmanare eller uppstickare kan man väl säga till de stora hamburgerkedjorna som Max, McDonalds och Burger King där vi har valt att jobba med svenskt kött, färskt svenskt kött där vi gör så kallade smash burgare där man helt enkelt trycker till köttbiten mot en häll så att de blir tunna och man får den karamelliserad av köttet. Mellan tummen och pekfingret. Hur stor andel av era råvaror skulle säga kommer från Sverige?

Ja, alltså minst 50 procent av våra råvaror kommer från Sverige. Men framför allt våra råvaror är ju svenska som köttet, kycklingen, grillo, osten. Vi använder brödet bakar vi själva som sagt. Grönsakerna vi använder är ju svenska och allt är ju såklart beroende på säsong också. Tyvärr lever vi i ett land där

alla fall tre månader om året består av vinter och då växer inga grönsaker i alla fall. Det växer i växthus, men det är begränsat i den volymen som vi vill få tag på. Så då kan det

ju hända att vi absolut använder grönsaker som kommer från något annat land. Men vårt mål är hela tiden att användasaker som kommer ifrån från Sverige. Men serman till hela restaurangbranschen så är det endast 20 procent av köttet som serveras på restauranger som kommer från Sverige. Enligt siffror från LRF som gjort en undersökning nyligen. Vad tror du att det beror på? Jag vet inte hur alla andra tänker, men för oss är det otroligt viktigt med kvalitet.

Men någonting som är kanske minst lika viktigt för väldigt många andra är pris och pris är ju någonting som tyvärr det svenska kanske kan sticka iväg lite grann. Alternativt att man får något kött från Danmark eller Tyskland eller så väldigt många människor. Men det är klart att vi ska äta svenskt kött och jag vill ha svenskt kött och man frågar när man kommer ut på restaurangeri det här svenskt kött. Men jag tror att det är väldigt få som är beredda att betala för det, både som konsument och som krögare också. Det som är viktigast för mig är ju att det är enligt svensk lag att gå in någonstans och det står att det är svenskt kött så ska det ju vara svenskt kött. Och det tror jag ju tyvärr att det är ganska många som fuskar med. Varför tror du det? Vi ska inte dra alla över en kam. Men liksom om man säger pizzerioreller enklare restauranger som då kanske lockar in folk med lockpriser där man serverar en plankstek eller någonting liknande för 99 kronor eller 119 kronor, inklusive dryck. Det är väldigt svårt att räkna ihop den ekvationen. När det kommer till råvarukostnader respektive personalkostnader respektive hyra och allt det om att man ska ha några kronor och ören kvar.

Vad behövs för att man ska öka andelen svenskt kött och svenska råvaror inom de svenska restaurangerna? Jag tycker att man måste. Man måste ställa hårdare krav på framför allt. Börja i rätt ände att börja med dem som fuskar. Om jag till exempel serverar svenskt kött och tar 99 kronor och sen är ser någon annan som serverar svenskt kött och serverar för 79 kronor men de inte kollade och de serverar något kött som kommer från utlandet. Då tappar jag ju kunder för att han konkurrerar ut mig, men i verkliga fall serverar inte han svenskt kött utan det måste kontrolleras

mycket, mycket hårdare än vad det gör idag. Och sedan är det ju framför allt den här diskussionen med.

Priset alltså. Är folk villiga att betala för att få bättre kvalitet eller framför allt för att få svensk kvalitet på det? Det är lite osäker på och det är något som

vi som krögare kan göra en kraftsamling tillsammans och promota att ha svenskaråvaror på menyn. Men som sagt, om priset blir lite högre då. Kommer gästerna tillbaka. Gästerna att betala för Ludvig Jureskog. Stor tack för att vara med i den landet. Vi tackar.

Ulrika Norell. Vad tänker du om det? Som Ludvig säger? Är den svenska restaurangbesökare beredda att betala lite mer för att få just svenskt kött på tallriken?

Och det är ju jättesvårt att svara på. Vi, vi från Sverige. Vi gör årliga konsumentundersökningar där vi ställer frågor till konsumenterna. Mycket då

i butik som handlar. Men där ställer vi faktiskt i årfrågan om man är beredd att betala mer för det svenska.

Då får vi svaret att de allra flesta är det. Men det är precis som som Ludvig säger, det är också en prisvärdhet. Är det så att man vill också få något för pengarna? Och då är det viktigt att berätta. Berätta om det svenska. Berätta att man serverar svenskt också och kanske också berätta varför det är bra. Klas Löfgren Destination Småland. Vad säger du om det som som Ludvig lyfter här?

Jag tror att det finns många delar av det här och det som vi har jobbat med mycket är att samla ett restaurangnätverk. Jag tror det är en kunskapsbrist hos reparatörerna också och det måste vara ett ökat samverkan mellan lokala producenter och framför allt slakterierna. Det finns en hel del brister i kvalitén från slakterierna.

Om man har driver restaurang så det är väldigt viktigt att man får en jämn och bra kvalitet också, för det är ekonomi i det.

Får man för mycket vinn så kan det bli dyrt. Det är bland de här restauranger som grossisterna är duktiga på att hitta produkter från utlandet som håller en jämn och hög kvalitet och lätt att hantera. Restaurangen där vi har jobbat med ett nätverk med 25 restauranger och det är väl samma för då

lokala producenter. Vi har diskussion med slakterierna och se hur vi tillsammans ska kunna marknadsföra det på

restaurangerna, så jag vet att vi haft en diskussion med svensk märkning. Min bakgrund är ju från dagligvaror sidan och det kan man säga att det blev ett jättelyft när det kom in svensk märkning i Ica butikerna. Helt plötsligt så var vi tvungna att höja nivån. Andelen av svensk kött så kunde vi få in svensk märkning på menyerna, på fasaden, på restaurangen och så vidare så tror jag det skulle bli en helt annan möjlighet för kunden, eller gästen som det heter i restaurangvärlden och ställa ett större krav. Sofia Du har ju också jobbat med projektsom handlar om att utveckla lokallivsmedelsproduktion. Vad får du för tankar när du hör Ludvig Jureskog berätta? Jag tänker också att det här med information och kommunikation är superviktigt här och även Klas nämners samarbetet med producenten och att kanske våga tänka nytt. Att vara kreativ som restaurangägare. Vi har en restaurang i Jönköping som jag har jobbat mycket med, som våga tänka tvärt om. De ringer upp producenten i början av veckan och hör. Vad har ni för produkter nu? Vad skulle jag kunna göra för meny av det och utifrån det utforma en meny? Det tycker jag är super spännande när man liksom våga tänka. Man kanske får in ett helt djur och tänker vi för meny utifrån det här istället för att beställa vissabitar som många lokala producenter kan ha svårt att leverera för de har inte den mängden. Där har jag en stor nyckel att våga tänka annorlunda och ha kreativa kokor som kan ta sig an den här utmaningen.

Ludvig lyfter också den här tanken om att han tror att det fuskas en hel del i branschen, inte minst när det handlar om snabbmatsrestauranger, pizzerior eller hamburgerkedjan. Lågpris restauranger. Klas Vad säger du om det? Vad tror du om det? Jag tror inte det är medvetet fusk, för det är så att jag jobbar parallellt med restaurangnätverket också. Försöker bilda ett nätverk med pizzerior i Kronoberg och det kan man säga att det är ju. Det är ju en annorlunda bakgrund om människorna har som driver pizzerior, väldigt drivna och erfarna som är just från sin bransch. De ser inget problem och serverar internationella produkter och det är ju naturligt för dem och det är de jättedåliga på. Det är att informera dem om vikten av att gästerna efterfrågar mer lokala svenska råvaror. Det finns ingen som jobbar med det överhuvud taget med dem

och jag känner att jag fått ett enormt gensvar. Sedan kom pandemin. Jag har ju ett 20 tal pizzerior som skulle vilja jobba i ett nätverks och diskutera det här. För de ser ju också att restaurang, mat i magen, maten i magen som jag sägerväxer ju fler och fler kommer att äta ute.

Pizzerian har fått konkurrensfrån restaurangen som börjat sälja pizza och de har ett helt annat upplägg. Då kännerde ju flåset i nacken och vill verkligen hitta en möjlighet för att förnya och förbättra sig. Jag tror det är en gånginformation, kunskapsutbyte, nätverk, spelande. Det är mycket jobb, men när det väl lossnar så kommer det att bli jättebra. Och Sophia, som det var inne på en restaurang som får in en mycket kött kan ju kanske vara kreativa om man har en kock och möjlighet att lägga upp menyn. Men då pratar vi om en viss segment av restaurangbranschen, kanske de lite finare restaurangerna, alla kategorier och så vidare. Inte pizzerior och så vidare, som också är en stor del av restaurangbranschen och som står för en stor del av av maten som serveras. Hur stor möjlighet har man som Pittsburgh ägare? Tror du att ordna svenskt kött på pizzen?

Jag tror man har ganska så. Man har stora möjligheter till det. Det handlar ju om som sagt kontakter och information och att starta de här nätverken är superviktigt som får igång diskussionerna kring det.

Det handlar ju också om efterfrågan och har man inte tidigare haft någon efterfrågan på det så kör man kanske på i sina gamla hjulspår. Men sedan tror jag också att man vågar tänkanytt, att man behöver kanske inte ha alltså pizzen som är lokalt utan man kan plocka vissa delar. Man kanske kan köpa in vissa saker som du kan ha hela året. Torra saker till exempel. Krydda med att man vågar börja experimentera och då som pizza. Jag ser det som en konkurrensfördel. Försäljningen av svenska produkter har ju också ökat i butiken under pandemin. Men Ulrika, vad är din bild av hur det ser ut med just ursprungsmärkning av råvaror på restaurangerna? Jag skulle också gärna vilja kommentera Ludvigskomentarer kring förtroendet som han var inne på på restaurangen. Att använda, använda rätt och berätta på ett korrekt sätt till gästen att det är verkligen understryka hur viktigt det är med det förtroendet.

Vi ställer krav i att vi som använder Michaelfrån Sverige i sin verksamhet så måste man vara ansluten till oss, skriva avtal med oss och följade kriterier som vi har. Och i det ingår det att vi gör kontroller av företagens så att se till att man använder märket på ett korrekt sätt. När det gäller företag som tillverkar produkter så är det också ett grundkrav att man är certifierad. Sen skulle jag också vilja också flytta lite fokus till till producenterna och leverantörerna av råvaror till restaurangerna. För de måste ju också tydligt berätta att de jobbar med svenska för att restaurangen ska kunna veta det och i sin tur berätta för gästerna. Många svenskar vill ju vet av varifrån köttet kommer som man äter. En undersökning som Sveriges Konsumenter gjorde för ett tag sedan visar att åtta av tio vill veta vilket land köttet kommer ifrån när de äter på restauranger i storhushåll. Och i april vid 21 så tog Livsmedelsverket fram ett förslag om att sådan här ursprungs information ska bli obligatorisk. Vad tror ni om ett sådant förslag? Om vi börjar med dig Ulrika?

Jo, vi har ju fått ta del av det förslaget och svarat på remissen som var här i våras. Vi tycker det här är bra för att det kan starta upp bra dialog. Det är bra att frågan lyfts. Att man som gäst kan känna sig trygg i att fråga är det inte säkert. Alla vågar ställa frågan när man väl har klivit över tröskeln i en restaurang så att samtalet lyfts upp och blir aktuellt. Och att man som krögare är beredd att svara på frågorna.

Det här förslaget täcker ju det färska köttet. Färskt, kylt, fryst malet kött men inte det beredda köttberedningar så att all chark eller kryddat eller för att köttet, som ju ofta används på restaurang, omfattas inte.

Så där ser vi att jag tror att man som gäst har förväntan om att få svar på kanske pizza skinkan.

Det omfattas inte av förslaget, men däremot kan det ju få ringa på vattnet så att diskussionen kommer igång. Men som frivilligt alternativ till ursprung från Sverige. Märket täcker in över allt kött. Klart säger det är en bra idé med obligatorisk ursprungsmärkning.

Ja, jag tror det. Och det är som sagt val som vi har sagt innan. Det är ju en kunskap som i fråga att restaurangerna är att det är lika självklart för de informerar var köttet kommer ifrån. Som att när man kan ställa en fråga

om man har speciella allergier och liknande får direkt svar.

Det ska vara lika självklart

att prata om detta. Informeras om det så kommer gästen att ställa detta kravet också. Det blir ju så. Kravet är jättebra att man ställer och då kommer det att öka kunskapsnivån i restaurangerna och då kommer svaren finnas och det kommer vara noga med inköpen. Det ena eller det andra så att säga. Sofia Håller du med?

Jag håller med, absolut. Det finns ju fortfarande restauranger som måste få till svar på den här frågan. Jag tror att det är heltrött väg att gå. Sedan behövs det ju mer man behöver lyfta det på fler sätt. Men jag tror absolut att en bra start. Ulrika. Du var inne på det här med att ursprungsmärkning skulle inte omfatta all typ av kött. Ser du några andra utmaningar med att använda ursprungsmärkning på restauranger? Du menar den obligatoriska? Ja.

Nej, egentligen inte, utan vi är ju måna om att det ska vara så. Man som gäst ska ju det skamöta gästens förväntan. Sen är det klart att det var inne på Ludvig med förtroende och så. Restaurangerna ska ju veta vad de ska vara beredda på att svara på frågan. Som gäst skam ju kunna ställa en fråga och välkommen att göra det. Som restaurang skam ju kunna svara på den och känna sig trygg med det svar man ger.

Så att det är förtroende hela vägen fram

så är ju återigen information om ursprunget på produkterna som restaurangerna köper in så att de sedan kan berätta det vidare och ha koll på det helt enkelt. Om vi om vi tittar lite grann på livsmedelssystemet i Sverige som helhet så är ju en stor andel av konsumtionen av livsmedel som sker just på de privata restaurangerna. På vilket sätt ser ni att restaurangernas roll i ett hållbart svenskt livsmedelssystem är viktig? Vilken roll spelar restaurangerna här?

Sofia. De spelar ju en jättestor roll. Jag tänker att man också kan bli inspirerad att titta. Vad sker i övrigt i samhället med trender? Och jag tänker bland annat på Reko ringar som vi har jobbat mycket här i Hushållningssällskapet med hur intresset för det härväxer med den lokala maten och att det bildas finnar över hela Sverige. Det är en uppsjö med folksom nu vill börja handla direkt och producenten



jag tänker med är som restaurang. Du har mycket attvinna för att locka just de kunderna som fortfarande bara blir fler och fler. Och ur ett hållbarhetsarbete synpunkt är det jätteviktigt. För det handlar ju också till stor del om varasjälvförsörjande. Och det har man ju märkt nu under pandemin. Jag tycker att det är så viktigt att vi stöttar det lokala. För vad skulle hända om gränserna bara stängs och vi behöver producera all vår mat själva, då är vi sårbara. Detta tror jag man som restauranglyckas man hitta det konceptet. Nå ut med den marknadsföringen. Då kan man också locka kunder och samtidigt ha hållbarhet fokus. Hur ser att restaurangbranschen kan bidra till målet om en ökad svensk livsmedelsproduktion? Ja, det handlar ju om att vika beställningar de gör helt enkelt. Och då är det hela tiden, precis som Ludvig säger här. Det handlar ju om ekonomi också såklart, så det gäller ju för restaurangerna att sätta upp där och se det som en marknadsföringspotential. Och lyckas man bara hitta de vägarna och marknadsföra sig på rätt sätt via olika kanaler med storytelling så är superviktigt. Då kan man också locka kunder och då kan liksom ja då kan man ha en ekonomi det också. Vad säger ni? Behöver det bli billigare med svenskt kött? Jag tycker vi har ett jättebra exempel. Astrid Lindgrens värld. Jag känner inte till. Och det kan man säga. Jag kan inte säga exakt, men om vi sätter våra 7-8 år sen så står det väldigt tydligt hur bra beslut de slutade med. All snabbmat producerar maten själva och allting i princip. Det finns säkert avarter. Är det lokalt lokalproducerade produkter eller ägg? Köttbullarna, korvarna, allting kommer lokalt och det intressanta är att de får bättre betalt och de har bättre lönsamhet och det gynnar de lokala producenterna i närområdet. När vi börjar närma oss slutet av den här podden. Men jag tänkte att ni var och en ska få ge ett kort tips eller ett bästa exempel på vad ni tror kan göras för att främja svenska råvaror på privata restauranger. Ulrik kan väl börja med dig? Har du något bra exempel? Håll igång det här goda samtalet som man säger? Våga prata om mat. Våga förmedla värdena kring den svenska maten och berätta om det. Var tydlig med det och glöm inte bort mat. Glädjen är fantastiskt god mat här i Sverige. Så våga fråga,

våga prata och våga testa nytt. Nya detaljer som Klas vinner på.

Sofia. Alexandra säger Hej! Jo, men jag tycker också det här med att hålla igång denna storytelling. Varför kostar svenskt kött mer? Hur har djuren det här? Varför har vi minst antibiotika påverkan av jättemångaländer? Och vad lyfta de här värdena som är så himlaviktiga för att få konsumenterna att förstå vad det faktiskt är man betalar för? För de restaurangerna tror jag de som kommer stå kvar och överleva nästa pandemi året också.

Och avslutningsvis. Ja, det är ju minidé. Det är ju det här med nätverkets bildande. Och på så sätt våga förändra och våga utmana och våga tanya steg. Och sen tycker jag det viktigaste är ju att det finns en människabakom detta med ett stort hjärta. Det är viktigt att man hittar den i restaurangen som är den där människan som brinner för detta och det har det stora hjärtat för lokal mat och samtidigt kan man visa upp sina producenter.

Då anordnar man smarta möten på restaurangerna givetvis, där man bjuder in sina producenter och bjuder in sina bästa kunder, träffas och trivs och äter gott tillsammans och detta ger otroliga ringar på vattnet. Det får bli sista ordet i dagens avsnitt. Stort tack! Klas Löfgren Destination Småland. Även tack till Sophia Alexandersson, landsbyggsutveckling på Hushållningssällskapet i Jönköpings län och Ulrika Nordell på Svensk Mark AB. Stort tack för att ni var med i Landet! Tack! Stort tack även till dig som har lyssnat på den. Landets produceras av Landsbyggsnätverket. Redaktören heter Ingrid Whitelock. Jag heter Håkan Montelius och jag hoppas att vi hörs i nästa avsnitt.