



Examensarbete inom Lantmästarprogrammet



# SKÅNSKT NATURBETESKÖTT NÄRPRODUCERAT NÖTKÖTT - EN MARKNADSSTUDIE

## SKÅNSKT NATURBETESKÖTT LOCALLY PRODUCED BEEF - A MARKET INVESTIGATION

Johanna Nilsson

Sveriges lantbruksuniversitet  
LTJ-fakulteten

Älnarp 2008

# FÖRORD

Lantmästarprogrammet är en två-årig universitetsutbildning vilken omfattar 120 högskolepoäng (hp). En av de obligatoriska delarna i denna är att genomföra ett eget arbete som ska presenteras med en skriftlig rapport och ett seminarium. Detta arbete kan t ex ha formen av ett mindre försök som utvärderas eller en sammanställning av litteratur vilken analyseras. Arbetsinsatsen ska motsvara minst 5 veckors heltidsstudier (7,5 hp).

Idén till studien kom från Thomas Björklund som även varit handledare och examinator för arbetet. Jag är själv intresserad av den aktuella typen av nötköttsproduktion och ville därför undersöka marknaden för att själv kunna möta konsumenternas önskemål i min egna framtida produktion. Studien har genomförts i samarbete med Skånskt Naturbeteskött.

Ett varmt tack riktas till de köttansvariga i butikerna som tagit sig tid och ställt upp på intervjuer, till handledaren Thomas Björklund för goda idéer och stor entusiasm samt till Skånskt Naturbeteskött för visat intresse och stöd.

Universitetsadjunkt Thomas Björklund har varit handledare och gästprofessor Lars Bengtsson har varit examinator. Stort tack till dem.

Alnarp, maj 2008

Johanna Nilsson  
(Student)

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING.....	3
SUMMARY .....	4
INLEDNING.....	5
BAKGRUND.....	5
PROBLEMFÖRMULERING.....	5
MÅL.....	5
SYFTE.....	6
AVGRÄNSNING .....	6
LITTERATURSTUDIE.....	7
NÖTKÖTT OCH KLIMATPÅVERKAN .....	7
SVENSKT ELLER UTLÄNDSKT NÖTKÖTT .....	8
NÄRPRODUCERAT NÖTKÖTT.....	8
KÖTTKVALITET .....	9
MARKNADSSTUDIE.....	190
BUTIKER.....	10
NÖTKÖTTETS URSPRUNG.....	10
HANTERING I BUTIKEN .....	10
NÖTKÖTT OCH MILJÖFRÅGOR.....	11
KÖTTETS PRIS OCH EGENSKAPER.....	11
OM SKÅNSKT NATURBETESKÖTT.....	11
RESTAURANGER.....	13
HAMBURGERKÖTT .....	13
MATERIAL OCH METOD .....	14
LITTERATURSTUDIE.....	14
MARKNADSSTUDIE.....	14
RESULTAT OCH DISKUSSION .....	15
REFERENSER.....	18
SKRIFTLIGA .....	18
ELEKTRONISKA .....	18
MUNTLIGA .....	18
BILAGOR.....	20
BILAGA 1, FRÅGEFORMULÄR INTERVJUER .....	20
BILAGA 2, RESULTAT INTERVJUER.....	21

## SAMMANFATTNING

Skånskt Naturbeteskött är en producentring bestående av ca 30 skånska lantbrukare som är certifierade enligt Svenskt Sigill. De producerar nötkött med särskilda krav på betesdrift och köttkvalitet. Köttet hängmöras på gammaldags vis och produktionen bidrar till bevarandet av många artrika naturbetesmarker och ett öppet odlingslandskap i Skåne. Jag har i detta examensarbete genomfört en marknadsstudie där jag har försökt ta reda på vad handeln och konsumenterna efterfrågar för nötkött, och vad Skånskt Naturbeteskött skulle kunna göra för att bättre tillfredsställa marknaden.

I marknadsundersökningen har jag vänt mig till köttansvariga i butiker och restauranger eftersom en undersökning riktad till konsumenterna skulle bli alltför omfattande för detta arbete. Dessutom har handlarna kunskapen om vad konsumenterna verkligen handlar. Jag har vänt mig till totalt 12 butiker och 4 restauranger, både sådana som säljer köttet idag, sådana som gjort det tidigare samt sådana som eventuellt skulle kunna vara intresserade av att göra det i framtiden.

En litteraturstudie genomfördes där jag fann information som kan vara intressant i jämförelse med resultatet från marknadsstudien. Jag fann även information som skulle kunna vara intressant i utvecklingen av Skånskt Naturbeteskött's marknadsföring. I marknadsstudien genomfördes intervjuer med en bandspelare till hjälp, och resultatet sammanställdes när alla intervjuer var genomförda. På så vis riskerade jag inte att missa någon viktig information under intervjun och det gav en god överblick över resultatet.

Slutsatserna blev att Skånskt Naturbeteskött för att kunna attrahera ytterligare butiker måste införa valmöjlighet avseende vilka delar av djuret butikerna vill köpa in. Idag krävs att butiken köper in halva djur i styckdetaljer, vilket innebär att det blir väldigt mycket färskött. Butikerna har problem att sälja så stora kvantiteter köttfärs, och därmed blir lönsamheten på paketet dålig. För att en sådan förändring ska vara möjligt krävs alternativa försäljningskanaler för färsköttet, och av de fyra restauranger som jag har intervjuat är tre intresserade av att köpa hamburgerkött från Skånskt Naturbeteskött, om priset är det rätta. Detta skulle vara intressant att gå vidare med i en ny undersökning.

Skånskt Naturbeteskött bör också införa färdigpackat kött i konsumentpack eftersom många butiker idag inte har någon möjlighet till egen styckning, malning och packning. Färdigstyckat och färdigpackat direkt från slakteriet skulle ge fler butiker möjlighet att börja sälja köttet.

Vidare skulle mer marknadsföring krävas både i och utanför butikerna. Kanske skulle Skånskt Naturbeteskött kunna använda en del av information som visas i litteraturstudien. Som exempel kan nämnas att nötkött från nötkreatur uppfödda på grovfoder och bete är nyttigare än om djuren fått kraftfoder. Ett annat exempel är att naturbeteskött från Sveriges inland påverkar miljön mindre jämfört med exempelvis nötkött från Irland, Brasilien och Sveriges slättbygder.

Jag hoppas att Skånskt Naturbeteskött ska ha nytta av det jag kommit till i detta examensarbete.

## SUMMARY

Skånskt Naturbeteskött is a group of approximately 30 beefproducers in the south of Sweden, who sell their products on the local market. They are certified with Svenskt Sigill, an organisation that works with animal welfare, environmental responsibility, safe food, open landscape and independent qualitycontrol. These producers have to fulfil certain demands regarding pasture and quality of the meat. For this essay I did a market investigation in which I wanted to find out what qualities the Swedish market and the consumers want in their beef. The purpose was to find out what Skånskt Naturbeteskött could do differently to satisfy the market for locally produced beef in the south of Sweden.

In the investigation I turned to those responsible for the beef in 12 supermarkets, 4 selling Skånskt Naturbeteskött today, 4 that sold it before but quit, and 4 that never have sold it but might be interested in the future. I also turned to those responsible for the beef in 4 restaurants.

I also did some research and found some information that could be interesting to compare with the result of the market investigation. The information could also be useful in the marketing of Skånskt Naturbeteskött. During the interview I used a taperecorder to minimize the risk of missing valuable information. After all interviews were done I wrote them all down to get a better overview of the result.

The conclusion of the market investigation is that Skånskt Naturbeteskött should give supermarkets the opportunity to choose which details of the beef they want. Today they have to take in meat from half an animal, which means they get a whole lot of hamburger. Hamburger is difficult to sell in those proportions. The solution is to find alternative ways to sell the hamburger, and three out of the four restaurants I interviewed would be interested in buying hamburger from Skånskt Naturbeteskött, if the price is right. That would be interesting to investigate further.

Skånskt Naturbeteskött should also start offering beef packaged and ready to sell. Lots of supermarkets don't have the equipment it takes to cut up, grind and pack meat themselves, and therefore it isn't possible for them to sell Skånskt Naturbeteskött today.

Skånskt Naturbeteskött also needs more marketing, aswell in the supermarket as in other media, for example tv and newspapers. Maybe some of the information found in the research for this essay could be of use? For example I found that beef from animals raised on pastures and with lots of grass is healthier than beef from animals that had lots of grain and corn. Another example is that beef raised on pastures on the Swedish inland is better for the environment than beef from Ireland, Brazil or the Swedish plains.

I hope this essay will be interesting and useful for Skånskt Naturbeteskött.

# INLEDNING

## BAKGRUND

Ekologiska och närproducerade livsmedel ligger i tiden och många nya varumärken har dykt upp på marknaden de senaste åren. Ett av dem är Skånskt Naturbeteskött som produceras av ett 30-tal nötköttsproducenter i Skåne. Producenterna måste vara certifierade enligt Svenskt Sigills gårds- och nötköttsregler, samt uppfylla ett antal kriterier beträffande betesdrift och köttkvalitet. Uppfödningstiden är minst 20 månader och djurslagen är stut, kviga och ungo. Dessa ger ett något fetare kött och smaken sitter i fett. Köttet hängmöras på gammaldags vis, vilket ger ett moget och saftigt kött av jämn och hög kvalitet. Produktionen bidrar till bevarandet av de skånska, artrika naturbetesmarkerna. Den regionala anknytningen ger en ökad identitet, spårbarhet och färre transporter. Unikt för Skånskt Naturbeteskött är också att kunderna vid köttdisken kan hitta mer detaljerad information om köttets ursprung, såsom uppfödare, ålder och kön på djuren ([www.skansknaturbeteskott.se](http://www.skansknaturbeteskott.se)).

Jag har genomfört detta examensarbete i samarbete med producentringen Skånskt Naturbeteskött. Med hjälp av denna marknadsstudie ska jag försöka ta reda på vad handeln och konsumenterna efterfrågar, och vilka eventuella förändringar Skånskt Naturbeteskött skulle kunna göra för att bättre kunna tillfredsställa marknaden i Skåne.

## PROBLEMFORMULERING

Vad efterfrågar handeln och konsumenterna för egenskaper i nötkött? Vad skulle Skånskt Naturbeteskött kunna göra annorlunda för att bättre nå ut till konsumenterna och öka försäljningen av sina produkter?

## MÅL

Jag vill att detta arbete ska leda till fördjupad kunskap om vad konsumenten har för önskemål beträffande nötkött. Den fördjupade kunskapen kommer att vara värdefull för Skånskt Naturbeteskött som aktör på marknaden, för mig som framtida nötköttsproducent, samt för var och en som tar del av detta arbete och har intresse av marknadsinriktad nötköttsproduktion.

## **SYFTE**

Syftet med arbetet är att hjälpa nötköttsproducenter i allmänhet och Skånskt Naturbeteskött i synnerhet att få kunskap om vad kunderna vill att de ska producera idag. Förhoppningen är att denna vetenskap ska utveckla kommunikationen och samspelet mellan producent och konsument. Genom att anpassa produktionen efter konsumenternas önskemål bör försäljningsvolymerna av det närproducerade köttet öka.

## **AVGRÄNSNING**

Jag kommer i marknadsundersökningen att vända mig till några av Skånskt Naturbeteskött's befintliga kunder, några av de tidigare kunder som inte längre säljer Skånskt Naturbeteskött, samt några nya potentiella kunder. Jag kommer att vända mig till den person i butiken som ansvarar för nötköttet i butiken, med förhoppningen att de har kunskapen om vad kunderna önskar. Det vore en alltför stor och omfattande åtgärd för detta arbete att vända mig direkt till konsumenterna.

Jag kommer av naturliga skäl inte att vända mig till kunder utanför Skånes gränser.

Marknadsstudien är genomförd i nutid, och den inhämtade informationen från litteratursökningen måste vara aktuell för att jag ska kunna göra en intressant jämförelse. Därför har jag i litteratursökningen varit försiktig med att använda material äldre än 1 år.

## LITTERATURSTUDIE

### NÖTKÖTT OCH KLIMATPÅVERKAN

I många artiklar kan man läsa om nötköttsproduktionens negativa inverkan på klimatförändringarna, med utsläpp av växthusgaser från kornas rapningar och gödsel, samt från den foderproduktion som är kopplad till nötköttsproduktionen. Nötkreatur producerar mer kväveutsläpp per kg kött än grisar, men foderproduktionen för grisar producerar i sin tur mer utsläpp än foderproduktionen för nötkreatur. Nötköttsproduktion som bedrivs på naturbetesmarker tar sådan mark i anspråk som sällan har någon alternativ användning, och produktionen är oberoende av kemiska växtskyddsmedel.

Griskött och gödtjurskött producerat på stall i slättbygder har visserligen en effektiv foderproduktion på åkermark och kräver en mindre areal per producerat kg kött. Men denna produktion är dock ofta beroende av kemiska växtskyddsmedel och konkurrerar om marken med exempelvis spannmålsproduktion. I framtiden kommer den troligtvis även att i stor utsträckning konkurrera med odling av energigrödor, och då kommer den negativa miljöeffekten av gris- och gödtjursproduktionen öka, medan påverkan från nötköttsproduktionen på naturbete förblir oförändrad. (Källa: Kumm m.fl. 2007)

I tabellen nedan visas miljöpåverkan av nötköttsproduktion i Sverige, Irland och Brasilien, med uppfödning på naturbete i Sverige som den klara vinnaren miljömässigt.

	Sverige	Irland	Brasilien	Sverige Inland Naturbete Vallfoder
Övergödning	0	-	+	+
Energi	0	0	+	0
Växthusgaser	0	0	-	0
Växtskyddsmedel och antiparasitära veterinärpreparat	0	-	0	+
Biologisk mångfald och landskap	0	-	-	+
Markbehov och markvård	0	0	-	0

*Figur 1. Genomsnittliga miljökonsekvenser av nötköttsproduktion i Sverige, Irland och Brasilien samt extensiv produktion baserad på naturbetesmarker och vallfoder i svenska inlandsområden. Även i Irland och Brasilien är miljöeffekterna olika i olika regioner. Normal svensk produktion har värdet 0. En förbättring relativt normal svensk produktion markeras med + och en försämring med -. Tabellen visar att de totala negativa miljöeffekterna i många fall är större när produktionen sker utomlands, än vad de skulle vara om produktionen skedde i Sverige och på naturbetesmark (Kumm m.fl. 2007)*



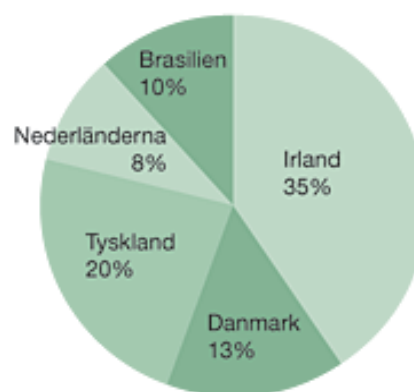
Den svenska konsumentens val i köttisken påverkar inte miljöeffekterna av nötköttsproduktionen i världen nämnvärt. Exempelvis är den brasilianska exporten av nötkött till Sverige en så försumbar del som 0,13 %. Däremot kan den svenska konsumenten påverka miljöeffekterna i Sverige väldigt mycket genom att köpa svenskt nötkött. En ökning av nötköttsproduktion på naturbetesmarker i Sverige skulle kunna få stora miljökonsekvenser i form av biologisk mångfald i betesmarker och öppet landskap i skogsbygder. Produktionen skulle dock även kunna medföra negativa miljöeffekter i form av ökad övergödning (Kumm m.fl. 2007).

Forskning visar vidare att den brasilianska nötköttsproduktionen släpper ut en betydligt större mängd metangas per kg kött än den svenska. Anledningen är att produktiviteten på de brasilianska betena är låg p.g.a. långa torrperioder, och djuren går 3-4 år på bete innan de är slaktmogna. I Sverige får djuren ett foder med hög kvalitet i form av bete eller ensilage och eventuellt en kompletterande giva kraftfoder. Slaktmognad uppnås beroende på uppfödningmodell vid 14-22 månaders ålder, och ofta med en högre slaktvikt jämfört med Brasilien. Den del av den brasilianska nötköttsproduktionen som bedrivs på mark efter skövad regnskog har vidare en mycket negativ påverkan på växthuseffekten (Kumm m.fl. 2007) (www.ad.se)<sub>1</sub>.

## SVENSKT ELLER UTLÄNDSKT NÖTKÖTT?

Självförsörjningsgraden på svenskt nötkött minskar. Enligt tidningen Nötkött låg den år 2006 på 64 % och enligt tidningen ATL<sub>1</sub> låg den på 51 % år 2007. Minskat utbud av svenskt kött i kombination med importstopp av kött från Brasilien pressade under det första kvartalet 2008 upp priset på nötkött med ca 20 %. (www.atl.nu)<sub>2</sub> vilket har lett till att svenskarna äter något mindre nötkött. Den ökande importen av nötkött och kalvkött är fördelad enligt diagrammet till höger.

**Import av nötkött och kalvkött 2007**



Källa: SCB

Figur 2. (Källa: www.atl.nu)<sub>1</sub>

## NÄRPRODUCERAT NÖTKÖTT

Undersökningar visar att 4 av 10 konsumenter tycker det är viktigt med mer närproducerad mat. Problemet är att det är svårt att hitta den i butiken. Utbudet är lågt, och många tycker att det är svårt att hitta information om köttets ursprung på förpackningarna (www.atl.nu)<sub>3</sub>.

Samtidigt visar bönderna stort intresse och optimism när det gäller närproducerad mat. 63 % av de svenska bönderna totalt, och 78 % av svenska nötköttsproducenter, önskar att en större del av deras produktion såldes på den lokala marknaden. Yngre lantbrukare med mindre gårdar har störst intresset för närproduktion (www.atl.nu)<sub>4</sub>.

## KÖTTKVALITET

Konsumenterna blir mer medvetna om köttkvalitet och ICA gick 2007 ut med att man skulle märka sitt kött med ”Bäst efter datum”. Efterfrågan på svenskt nötkött är så stor att köttet sällan hinner möras tillräckligt länge innan det säljs till konsument. Det innebär att köttet inte riktigt kommer till sin rätt när det tillagas ([www.atl.nu](http://www.atl.nu))<sup>5</sup>.

Mörning av kött sker då köttets egna enzymer, vilka frigörs vid slakten, bryter ner proteiner i celler och bindväv. Detta bör ske under minst två veckor. Det finns olika typer av mörning, t.ex. hängmörning som kräver stora kylar där hela kroppen får hänga. Innan styckning och packning måste ytskiktet skäras bort, eftersom detta kan ha utsatts för luftburna bakterier. Ett annat exempel är vacmörning, som sker i lufttäta förpackningar efter styckning, vilket innebär en enklare och billigare hantering. Sensoriska tester har visat att det inte finns någon skillnad i mörhet mellan hängmörning och vacmörning, under förutsättning att tid och temperatur har varit densamma. Men hängmörning ger ofta upplevelsen av ett mörare kött av högre kvalitet, troligen p.g.a. att det mörats längre tid, och att köttet som väljs ut för denna dyrare metod är av högsta kvalitet ([www.svenskkottinformation.se](http://www.svenskkottinformation.se))<sup>1</sup>.

Nötkött från nötkreatur som fötts upp på bete är nyttigare än nötkött från djur som fått kraftfodertillskott. Det allra bästa ur hälsosynpunkt är när halten av omega-3-fettsyror är lika stor som halten av omega-6-fettsyror. Sådan sammansättning får köttet om djuren får en stor andel gröna växtdelar, vilka innehåller stor andel omega-3. Spannmål, majs och soja innehåller istället mycket omega-6. Fettsyrasammansättningen i köttet förändras snabbt, varför det får stor effekt även vid slutgödning av slaktdjuren ([www.atl.nu](http://www.atl.nu))<sup>6</sup>.

## **MARKNADSSTUDIE**

### **BUTIKER – 12 ST**

Skånskt Naturbeteskött säljs idag i ett antal butiker runt om i Skåne. Jag har besökt och intervjuat köttansvariga i fyra utav dem. Jag har även besökt fyra butiker som tidigare har sålt Skånskt Naturbeteskött men inte gör det idag, samt fyra butiker som aldrig har sålt Skånskt Naturbeteskött förut. Samtliga befintliga och tidigare butiker tillhör Coop eller Ica, medan två av de nya är delikatessbutiker. Målet med intervjuerna har hela tiden varit att ta reda på vad handlarna och konsumenterna efterfrågar, så att Skånskt Naturbeteskött ska få kunskap om vad som krävs av dem för att kunna tillfredsställa marknaden.

### **NÖTKÖTTETS URSPRUNG**

Samtliga tolv butiker har som strategi att huvudsakligen köpa in svenskt nötkött. Sju av butikerna siktar på 100 % svenskt nötkött med en stor andel närproducerat. De köper endast in utländskt kött i samband med annonskampanjer som styrs av butikskedjan centralt, och de inte kan hitta kött från svenska leverantörer som motsvarar det kött som annonseras. Fyra av butikerna har 70-90 % svenskt nötkött och en av delikatessbutikerna har alltid 100 % svenskt kött av mycket hög kvalitet.

Kunderna är generellt mycket intresserade av köttets ursprung, men ställer sällan frågor om uppfödningmodell, djurens ålder, kön och ras. Många nöjer sig med att köttet är svenskt, men åtta av butikerna menar att deras kunder är särskilt intresserade av närproducerade livsmedel och att intresset bara blir större och större.

Coop profilerar sig med att ha Sveriges största ekologiska sortiment och i butikerna märker man ett stort intresse för ekologiska produkter bland sina kunder, vilka förväntar sig att de ska finnas, särskilt hos Coop. Samtidigt är det många som anser att ekologiska produkter är för dyra, samt att de inte håller samma höga kvalitet som konventionella livsmedel. Man fokuserar ju mer på vad man stoppar i djuren än vad man får ut för slutprodukt. Vad gäller närproducerat anser en del att det på många sätt kan ersätta det ekologiska. Även närproducerat naturbeteskött uppfyller många miljömål, och dessutom är det inte lika dyrt. Vidare märks en tydlig skillnad i intresse och försäljningsvolym beroende på butikens geografiska läge och tidpunkt på året. Exempelvis säljs det mer ekologiskt och närproducerat under storhelger och sommarmånaderna, och särskilt i områden med mycket turister, såsom Österlen.

### **HANTERING I BUTIKEN**

Nio av butikerna köper in styckdetaljer från slakterierna, finstyckar, maler och packar själva i butiken. Två butiker har både färdigpackat och butikspackat och endast en butik har enbart färdigpackat. Den sistnämnda har ingen egen styckningsanläggning i dagläget men planer finns på att investera i en sådan i framtiden. Några butiker har vakumpackat kalvkött för att kunna hålla det i sortimentet, och några har vakumpackat kravkött eftersom det krävs särskild certifiering för att få packa sådant kött i butiken. I samtliga butiker upplever man att kunderna uppskattar kött som packas i butiken, och i de butiker där man har båda varianterna tar det butikspackade köttet som regel slut först.

## **NÖTKÖTT OCH MILJÖFRÅGOR**

Jag ställde frågan om försäljningen har gått ner p.g.a. debatten om nötkreaturs utsläpp av växthusgaser, och om kunderna ställde många frågor om detta? I nio butiker svarade man direkt nej, man hade inte märkt någonting. I tre butiker hade man fått lite frågor och trodde att det skulle komma mer och mer. Många kunder blir mer och mer medvetna, och väljer noggrannare vilket kött de köper, t.ex. närproducerat naturbeteskött eller ekologiskt producerat kött. Försäljningen har förvisso gått ner lite, men det tror man beror på prishöjningar och inte på miljöfrågor.

## **KÖTTETS PRIS OCH EGENSKAPER**

På frågan vad kunderna vill ha för kött, förutom att det gärna ska vara svenskt, närproducerat och butiksförpackat, svarar samtliga butiker att kunderna vill ha magert kött. Många tycker det ser trevligare ut, många är fullkomligt livrädda för fett. En liten grupp kunder frågar särskilt efter marmorert kött, men de flesta kunder förstår inte att smaken sitter i fett.

Hälften av butikerna upplever att kunderna påverkas mycket av priset, dvs om det utländska köttet är billigare väljer kunder detta. Den andra hälften upplever att det är tvärtom, och att kunderna bryr sig mer om kvalitet och ursprung än om priset. I den senare gruppen ingår båda delikatessbutikerna, samt butikerna i norra delen av Skåne.

Av de fyra butiker som säljer Skånskt Naturbeteskött idag anser tre att det är uppfödningssmodellen som påverkar kvaliteten på köttet mest, och att just naturbeteskött är väldigt bra. I så gott som alla butiker är man överens om att en hög köttkvalitet är synonymt med jämn köttkvalitet, givetvis förutsatt att de övriga önskvärda egenskaperna är uppfyllda. Många vill ha ett mörkt kött med god smak, lite marmorert men inte för fett. Somliga vill att köttet ska vara fast, men inte stumt. Hängmörat kött har en högre kvalitet tycker många. Andra vill ha stutkött, och det ska vara stora bitar. Mer information om köttet, såsom ursprung, kön, ålder, ras och uppfödningssmodell skulle kunna höja kvaliteten på köttet tycker någon, och i slutändan ska köttet självklart vara rätt styckat och rätt tillagat.

## **OM SKÅNSKT NATURBETESKÖTT**

Samtliga butiker som säljer Skånskt Naturbeteskött idag, eller har gjort det tidigare säger att deras kunder är/var mycket nöjda med köttet. Köttet är mörare och kunderna uppskattar den lokala anknytningen, att man får veta exakt vart köttet kommer ifrån. I de butiker där man inte sålt Skånskt Naturbeteskött tidigare kände man till varumärket mycket lite eller inte alls.

Handlarna har många idéer om hur man skulle kunna göra Skånskt Naturbeteskött ännu bättre. T.ex. fanns det önskemål om att få leverans från samma uppfödare varje gång, eller åtminstone så ofta som möjligt. Då skulle man få en jämnare kvalitet, både handlare och konsumenter skulle veta vad de köpte varje gång. Leverans från uppfödare så lokalt som möjligt var ett annat önskemål, t.ex. butiker i sydöstra Skåne får kött från bönder i samma område osv.

I alla butiker är man eniga om att den stora mängden färskött innebär problem. Det är svårt att få en lönsamhet på köttet när det är så mycket färs. I butikerna tvingas man sätta ett högre pris på biff, filé m.m. för att få ekonomi på färsen, då smärtgränsen för priset på färsen är nådd. Om det fanns en möjlighet att köpa in Skånskt Naturbeteskött utan, eller åtminstone med en mindre andel färs, så tror många att man skulle kunna sälja mer och att fler butiker skulle bli intresserade. I en butik funderade man på att göra blandfärs med Skånskt Naturbeteskött och lokalt producerat griskött från utegrisar. Ett förslag som kom fram under en av intervjuerna var att dela in köttet i en bakdelsbox och en framdelsbox. I bakdelsboxen skulle då finnas ryggbiff, entrecôte, oxfilé, innanlår, fransyska och rostbiff. I framdelsboxen skulle finnas högrev, bog och ytterlår. Ytterlåret kan man göra mycket med i butiken, och den skulle göra framdelsboxen mer attraktiv.

De butiker som säljer Skånskt Naturbeteskött idag har alla egen styckningsanläggning. Det är inte många butiker som har det, så redan där förlorar många möjligheten till att sälja Skånskt Naturbeteskött. I många butiker är man eniga om att färdigstyckat och färdigpackat direkt från slakteriet därför skulle innebära att fler butiker blev intresserade av att sälja köttet. Man skulle också kunna erbjuda ett rabatterat in-pris för nya butiker, 20 % rabatt första månaden var förslaget från en av butikerna.

I alla butiker är man eniga om att Skånskt Naturbeteskött behöver satsa mycket mer på marknadsföring. Många kunder vet inte vad Skånskt Naturbeteskött är. Några förslag som nämndes under intervjuerna var att göra trevliga 70/100 skyltar att ha i butikens entré, och fler skyltar att sätta i köttiden så att köttet verkligen syns. Etiketterna med Skånskt Naturbetesköts logotyp var slut i två av de fyra befintliga butikerna jag besökte. I den ena tyckte man att etiketter borde finnas med vid varje leverans. Då skulle man aldrig riskera att de tog slut.

Något som också skulle behövas är en storsatsning på marknadsföring utanför butiken, t.ex. i tv, tidningar och på reklampelare på stan, så att folk verkligen får kännedom om köttet. Bonde i butik är bra, men det är viktigt att personerna som ställer upp på detta verkligen kan prata för produkten. När man har kört med kuponger har man fått väldigt bra respons, och många tror att en satsning på sommaren skulle ge bra resultat med tanke på grillsäsong och sommargäster.

En av de befintliga butikerna som säljer Skånskt Naturbeteskött funderade ett tag på att sluta, men då protesterade kunderna. Den stora andelen färskött var orsaken till att man ville sluta, och det är också därför som tidigare butiker slutade med Skånskt Naturbeteskött. Det var helt enkelt inte lönsamt. I en butik tror man att närproducerat ligger mer rätt i tiden idag än det gjorde för några år sedan, och man kommer eventuellt att återinföra det i sin köttidisk. I en annan butik hade man haft närproducerat nötkött från Sjöbo slakteri länge och det var redan väl inarbetat i butiken. Man ansåg att varumärket Skånskt Naturbeteskött krockade med denna befintliga profil och satsade därför på KC Ranch naturbeteskött som dessutom är ekologiskt. Då fick man en större kontrast mot det övriga köttet från Sjöbo slakteri.

## **RESTAURANGER – 4 ST**

## **HAMBURGERKÖTT**

Utöver de fyra nya butiker jag vänt mig till i min undersökning har jag även pratat med fyra restauranger. Som en följd av diskussionerna om den stora andelen köttfärs inriktade jag mig mot restauranger som har en stor andel hamburgerkött på sina menyer. Samtliga fyra restauranger har idag 100 % svenskt hamburgerkött. Tre utav dem tycker att det skulle kunna vara intressant att köpa färskött från Skånskt Naturbeteskött, men det beror mycket på priset. Den restaurang som inte har intresse för närproducerat idag är Max Hamburgerrestauranger AB. De köper in allt sitt kött centralt för att kunna säkra kontrollen av kvalitet och ursprung. Ett annat syfte med att köpa in köttet centralt är att kunna leverera en jämn kvalitet till alla sina restauranger. En hamburgare ska smaka likadant oavsett om den serveras på Max i Skåne eller Max i Norrland.

## **MATERIAL OCH METOD**

### **LITTERATURSTUDIE**

Klimatförändringarna blir en allt större och viktigare fråga. Debatten om nötkreaturs utsläpp av metangas och dess påverkan på växthuseffekten blir också allt större, och i litteratursökningen kommer jag bl.a. att göra en del jämförelser mellan nötköttproduktion i Sverige och Brasilien. Sedan EU's importstopp i månadsskiftet januari/februari har det brasilianska nötköttet som importerats till Europa minskat drastiskt. Men produktionen i Brasilien fortgår även om inte vi importerar köttet i lika stor utsträckning. Produktionen påverkar fortfarande miljön och därför har jag alltså valt att ändå göra denna jämförelse.

Jag kommer att vara försiktig med att använda äldre information än ett år, dels för att marknaden avseende nötkött förändrats mycket den senaste tiden, och dels för att en riktig jämförelse ska kunna göras med den marknadsstudien som jag också kommer att genomföra. Denna är ju i allra högsta grad aktuell.

De sökmotorer som har använts är databasen Affärsdata (<http://www.ad.se>) där jag har använt mig av sökord som nötkött, naturbeteskött, nötköttsmarknaden, nötköttskonsumtion, närproducerat nötkött, metangas, m.fl. Jag har även sökt information i arkivet på Lantbrukets affärstidnings hemsida (<http://www.atl.nu>), på Svensk köttinformations hemsida (<http://www.svenskkottinformation.se>) och Skånskt Naturbetesköttets hemsida (<http://www.skansknaturbetskott.se>). I de artiklar jag har använt mig av hänvisas till trovärdiga källor, undersökningar och forskningsresultat.

### **MARKNADSSTUDIE**

I marknadsundersökningen har jag vänt mig till några tidigare kunder, några befintliga kunder och några framtida potentiella kunder. Som stöd har jag haft ett frågeformulär (bilaga 1) som inriktar sig mot vad kunderna efterfrågar. Jag har vänt mig till köttansvariga i butiker och restauranger.

Intervjuerna med butikerna skedde vid studiebesök. Som hjälpmedel använde jag en bandspelare, dels för att försäkra mig om att inte missa någon information under intervjun, och dels för att spara tid under intervjun. Efter varje intervju skrev jag ner den för att enklare få en överblick. När samtliga intervjuer i butikerna var genomförda sammanställde jag informationen i en tabell (bilaga 2) för att underlätta jämförelse och sammanfattning.

Intervjuerna med restaurangerna skedde via telefon, då jag endast sökte svar på ett fåtal frågor.

## RESULTAT OCH DISKUSSION

### PROBLEMFORMULERINGEN LYDER:

- Vad efterfrågar handeln och konsumenterna för egenskaper i nötkött? Vad skulle Skånskt Naturbeteskött kunna göra för att bättre nå ut till konsumenterna och öka försäljningen av sina produkter?

### I LITTERATURSÖKNINGEN FANN JAG FÖLJANDE INFORMATION:

- Klimatförändringarna är en het fråga i dagens samhälle, och nötköttsproduktionen i världen pekas ut som en av bovarna. Produktionen på naturbetesmark och grovfoderbaserad foderstat i Sveriges inland har dock mindre negativ effekt än produktion i Brasilien, Irland eller Sveriges slättbygder.
- Självförsörjningsgraden av nötkött i Sverige sjönk från 64 % år 2006 till 51 % år 2007! Stor efterfrågan på svenskt nötkött har lett till prishöjningar på upp till 20 % under första kvartalet 2008.
- 4 av 10 svenska konsumenter tycker det är viktigt med närproducerad mat och 63 % av svenska lantbrukare totalt och 78 % av nötköttsproducenterna skulle vilja att en större del av deras produkter såldes lokalt.
- Ofta hinner nötkött i svenska butiker inte möras tillräckligt länge, p.g.a. stor efterfrågan. Detta gör att köttet inte kommer till sin rätt när det tillagas och kvaliteten är därmed försämrad. Mörning bör ske i minst två veckor.
- Nötkött från nötkreatur som fötts upp på bete och grovfoder är nyttigare än om djuren får kraftfodertillskott. Det är fettsyrsammansättningen som förändras till det sämre när korna får kraftfoder eftersom detta innehåller stor andel omega-6. Grönmassa innehåller stor andel omega-3, och därför blir kött från betesdjur nyttigare.

### I MARKNADSSTUDIEN KOM JAG FRAM TILL FÖLJANDE RESULTAT:

- Majoriteten av både handlare och konsumenter vill ha svenskt nötkött, gärna närproducerat, som finstyckats, malts och packats i butiken.
- De butiker som idag säljer Skånskt Naturbeteskött har alla möjlighet till egen styckning, malning och packning av kött. Butiker i allmänhet har dock inte den möjligheten idag, utan är beroende av färdigstyckat och färdigpackat kött direkt från slakteriet.
- Flertalet konsumenter efterfrågar magert nötkött, endast en liten kundgrupp vill ha marmorert kött.
- Debatten om nötkreaturs utsläpp av växthusgaser har inte märkts av på försäljningen av nötkött.
- Handlare och konsumenter är mycket nöjda med Skånskt Naturbeteskött.
- Många har dock ingen aning om vad Skånskt Naturbeteskött är för något.
- Alla handlare har problem att sälja den stora andelen köttfärs. Den gör det svårt för butikerna att få lönsamhet på Skånskt Naturbeteskött.



- Leverans från samma uppfödare varje gång hade varit en fördel, det skulle innebära en jämnare kvalitet i butikerna.
- Leverans från uppfödare så nära butiken som möjligt hade också varit bra, kunderna uppskattar den lokala anknytningen.
- Många anser att en satsning på marknadsföring både i och utanför butikerna behövs. Förslagen är tv, tidning, reklampelare på stan, mer skyltning i butikerna, bonde i butik, kuponger och erbjudanden, samt marknadsföringssatsning på sommarhalvåret.
- Det finns intresse hos olika restauranger med mycket hamburgerkött på menyn att köpa färskött från Skånskt Naturbeteskött, om det är rätt pris.

## DISKUSSION OCH SLUTSATSER

Det viktigaste resultatet av undersökningen härrör sig till frågan om färsköttet. Det är en genomgående problem i alla butikerna, och ofta orsaken till att tidigare butiker slutat att sälja Skånskt Naturbeteskött. Intervjuerna av restaurangerna visar också att det finns en tro på svenskt och närproducerat hamburgerkött även i restaurangbranschen. Jag har vänt mig till ett fåtal restauranger, men det finns många fler potentiella sådana. Med rätt pris och rätt säljare tror jag att man skulle kunna hitta tillräckligt underlag bland restauranger i Skåne, och butikerna skulle lättare kunna ta emot Skånskt Naturbeteskött. Fler butiker skulle troligtvis bli intresserade, såväl tidigare som helt nya sådana.

Det andra viktigaste resultatet är att många butiker har inte möjligheten att ta in styckdetaljer för egen styckning, malning och packning. De kräver färdigstyckat och färdigpackat direkt från slakteriet, så om detta införs kommer troligtvis ytterligare butiker att intressera sig för Skånskt Naturbeteskött.

Debatten om nötkreaturs utsläpp av växthusgaser har inte slagit igenom ännu, mest troligt p.g.a. konsumenternas bristande intresse och kunskap. Litteratursökningen visar att uppfödning av naturbeteskött i Sveriges inland, med mycket vallfoder i foderstaten, påverkar miljön i mindre utsträckning än många andra produktionsformer och -platser. Litteratursökningen visar också att sådant kött är nyttigare än nötkött från djur som fått komplement i form av kraftfoder. Dessa parametrar borde med fördel kunna användas i marknadsföringen av Skånskt Naturbeteskött.

Undersökningen är ganska tillförlitlig i dess sammanhang. Skånskt Naturbeteskött har ett begränsat antal butiker och producenter, och marknaden för detta kött är därmed inte heller så stor. För att få fram ännu säkrare resultat kunde jag ha vänt mig till ytterligare butiker, såväl nya som gamla. Men storleken på detta arbete var begränsande för marknadsstudien.

Jag bedömer att metoden jag har använt mig av var rätt för arbetet. Jag vände mig i min undersökning till köttansvariga i butiker och på restauranger då en undersökning riktad direkt till konsument skulle vara för stor och omfattande för detta arbete. Jag anser också att en undersökning riktad till konsument i det här fallet skulle kunna ge ett missvisande resultat. Många kunder vill gärna köpa närproducerat och ekologiskt, det är den viljan de har och kanske så de skulle framställa sig själva som kunder. Men i slutändan, när kunden står i köttdisken och tittar på prislappen, då köper de kanske ändå

något annat än vad de egentligen skulle vilja? De köttansvariga i butikerna är således en säkrare källa, eftersom de vet vad kunderna köper i verkligheten.

Vidare undersökningar som skulle vara intressanta att göra är att vända sig till ytterligare restauranger angående hamburgerköttet. Det skulle då vara intressant att gå djupare i intervjuerna och bl.a. ta reda på vilka volymer hamburgerkött de konsumerar, samt priser och smärtgränser för dessa.

I några intervjuer har det sagts att Skånskt Naturbeteskött måste marknadsföras mera. Många vet inte vad Skånskt Naturbeteskött är för något, och detta är något som även jag har upplevt. När jag berättat för vänner och bekanta om mitt examensarbete så är det inte många som känt till varumärket, trots att många av dessa kommer från lantbruksnäringen

Jag minns själv när jag hörde talas om Skånskt Naturbeteskött första gången. Jag blev genast intresserad av att prova köttet och gick in på hemsidan för att få veta mer. Där hittade jag en förteckning över de butiker som sålde köttet. Jag åkte och handlade i en av butikerna enbart för att kunna köpa Skånskt Naturbeteskött. Jag blev väldigt besviken när jag fick veta att de inte sålde köttet längre, trots att det stod på hemsidan. Det är säkert fler än jag som hittat en butik på hemsidan, åkt dit för att handla och blivit besviken precis som jag. Detta ger negativ marknadsföring och hemsidan måste absolut uppdateras. Jag anser att hemsidan även i övrigt är i behov av en modernisering, med bättre struktur och kanske ett enklare namn än det långa [www.skansktnaturbeteskott.se](http://www.skansktnaturbeteskott.se).

Idag har jag äntligen fått smaka Skånskt Naturbeteskött och är jättenöjd. Det finns många åtgärder som Skånskt Naturbeteskött skulle kunna göra för att få fler att upptäcka och prova köttet, och jag hoppas att mitt examensarbete ska vara till hjälp i det arbetet.

## REFERENSER

### SKRIFTLIGA

Kumm, K.I., Larsson, M. februari 2007. Import av kött – export av klimatpåverkan. Naturvårdsverket, Rapport 5671.

Tidningen Nötkött, Nr 2 April 2007

### ELEKTRONISKA

Skånskt Naturbeteskött, <http://www.skansktnaturbeteskott.se> 2008-05-15

Affärsdata, <http://www.ad.se/info.php?nyheter> 2008-04-27

1. Gotlands Allehanda, Svenskt Naturbeteskött bättre än brasilianskt 2008-03-19

Lantbrukets affärstidning, <http://www.atl.nu/sokmotor/> 2008-04-27

1. Importkött tar marknadsandelar, 2008-03-25
2. Butikspriset på nöt upp 20 %, 2008-03-07
3. Svårt att hitta närproducerat, 2007-10-12
4. Stort intresse för närproduktion, 2008-04-22
5. Ica lanserar bäst-efter-datum på nötkött, 2007-03-13
6. Kraftfoder till biffkorna gör köttet mindre nyttigt, 2006-08-07

Svensk köttinformation, <http://www.svenskkottinformation.se> 2008-05-15

1. Mörning, 2008-05-15

### MUNTLIGA

Aspenfjäll, Jonas, Matsäkerhetsansvarig, Max Hamburgerrestauranger, maj 2008

Fredriksson, Christoffer, Köksmästare, Harry's Pub & Restaurang, Malmö, maj 2008

Hörselius, Lars, Charkuteriansvarig, Ica Supermarket Ystad, april 2008

Jelic, Milan, Köttmästare, Coop Forum Stadion, Malmö, april 2008

Jönsson, Jonny, Färskvaruansvarig, Coop Extra Skurup, april 2008

Knutsson, Bengt, Färskvaruansvarig, Coop Extra, Örkelljunga, april 2008

Lindqvist, Tobias, Köttchef, Coop Konsum, Väla Center, Ödåkra, april 2008

Nilsson, Göran, Köttansvarig, Coop Forum Burlöv Center, Malmö, april 2008

Nismalm, Gunnar, Inköpsansvarig, Max Hamburgerrestauranger, maj 2008

Nordström, Olle, Köttchef, Coop Extra Simrishamn, april 2008

Olsson, Lars-Erik, Köksmästare, Naturens skafferi, Malmö, april 2008

Peiper, Pierre, Köttmästare, Naturens skafferi, Malmö, april 2008

Pettersson, Mats, Köksmästare, Harry's Pub & Restaurang, Helsingborg, maj 2008

Pettersson, Sven, Styckmästare, Widerbergs Kött och Charkuteri, Lund, april 2008

Sikljan, Davor, Köttansvarig, Coop Extra Värnhem, Malmö, april 2008

Singbrant, Rickard, Köttmästare och färskvaruchef, Ica Malmborgs Tuna, april 2008

Svensson, Kent, Styckmästare, köttansvarig, Ica Supermarket Simrishamn, april 2008

Zidén, Pelle, Köksmästare, Mello Yello Bar & Restaurang, Malmö, maj 2008

## BILAGA 1

### FRÅGOR INTERVJUER

- Hur länge har du varit butikschef/ansvarig inköpare?
- Vad har ni för strategi när det gäller nötkött?
- Har er strategi förändrats den senaste tiden efter att nötkreaturs påverkan på klimatförändringarna uppmärksammats?
- Har ni märkt någon skillnad på försäljningsvolymen av nötkött med anledning av klimatfrågan?
- Har ni märkt någon förändring på efterfrågan av ekologiskt/närproducerat/naturbeteskött?
- Vad tror ni att konsumenterna allra helst vill köpa för kött?
- Vilket nötkött tar först slut i köttdisken?
- Vad för kött föredrar ni att köpa in till er butik?
  - Ursprung, uppfödningmodell?)
  - (Hela djur, färdigstyckat, konsumentpackat?)
- Hur ser ni på köttkvalitet?
  - (Vad är en hög köttkvalitet?)
  - (Vad vill kunderna ha för kvalitet? magert, fett, mkt insprängt fett....?)

#### Specifika frågor NYA butiker/restauranger

- Hur väl känner du till Skånskt Naturbeteskött?
- Är det ett kött som skulle vara intressant för er att sälja i er butik?
- Vad skulle Skånskt Naturbeteskött kunna göra annorlunda för att det skulle bli mer intressant för er?

#### Specifika frågor GAMLA butiker

- Ni har tidigare sålt Skånskt Naturbeteskött i er butik, men gör det inte sedan 200X.
  - Av vilken anledning slutade ni med detta?
  - Vad skulle Skånskt Naturbeteskött kunna göra annorlunda för att bli intressant för er igen?

#### Specifika frågor BEFINTLIGA butiker

- Ni säljer Skånskt Naturbeteskött i er butik.
  - Är ni, och framför allt era kunder, nöjda med köttet, hanteringen, förpackningarna och servicen?
  - Är det någonting som Skånskt Naturbeteskött skulle kunna göra annorlunda för att bli ännu bättre?
  - Vart i köttdisken ligger Skånskt Naturbeteskött?
  - Hur ser ni på marknadsföring av Skånskt naturbeteskött i butiken/köttdisken? (demonstrationer, placering i hyllan, skyltar, broschyrer)
  - Vad skulle det kunna ge er butik att profilera er mer med sådana produkter som t.ex Skånskt Naturbeteskött?

## BILAGA 2

### RESULTAT INTERVJUER

	<b>Tidigare butiker</b>			
<b>Frågor</b>	<b>Coop Extra Skurup Jonny Jönsson</b>	<b>Coop Forum Stadion, Malmö Milan Jelic</b>	<b>Coop Konsum Väla, HBG Tobias Lindqvist</b>	<b>Ica Malmborgs Tuna, Lund Rickard Singbrant</b>
<b>Hur länge har ni jobbat i butiken?</b>	28 år	7 år	6 år	23 år
<b>Vad har ni för strategi vid inköp av nötkött till butiken</b>	Svenskt kött, huvudsakligen närproducerat från Sjöbo Slakteri och Ugglarps. Vill ha ännu mer närproducerat.	Kpk, det är styrt centralt från Coop. Det kött och de detaljer som kunden efterfrågar men som inte kan levereras från Coop köps in från Sjöbo slakteri. Ca 80 % av nötköttet är svenskt.	Huvudsakligen svenskt, butiksförpackat nötkött, från Ugglarps.	Har alltid profilerat sig med närproducerat kött. 90 % av nötköttet kommer från Sjöbo slakteri, samt lite komplement från Scan
<b>Hur ser hanteringen av kött i butiken ut?</b>	Det svenska köttet kommer i styckdetaljer och finstyckas och packas i butiken. Coop centralt vill ha mer kpk, men så länge butiken är lönsam får man fortsätta den nuvarande hanteringen i butiken.	Huvudsakligen kpk, men köttet från Sjöbo slakteri kommer i styckdetaljer och finstyckas och packas i butiken	Får in styckdetaljer, finstyckar och packar svenskt kött själva i butiken.	Huvuddelen är butiksstyckat och -packat. Köper in en del i kpk, främst som komplement till sådant kött som säljs i stora volymer (färs, karré och kotlett) Då får man mer tid över för kunden. Vill ej ha så mycket kpk – med bara kpk skulle kunskapen om kött försvinna och kunderna inte ha någon i butiken att rådfråga.
<b>Har konsumenterna reagerat på debatten om nötkreaturs metangasutsläpp och dess samband med växthuseffekten?</b>	Nej.	Ja. Men inte i så stor utsträckning som man hade väntat sig.	Nej. Försäljningen har gått ner något efter jul, men det beror nog snarare på prishöjningarna än på klimatdebatten, tror Tobias	Nej. Men försäljningen har ändå gått ner lite till följd av prishöjningar.

<p><b>Hur ser försäljningen av ekologiskt nötkött ut idag?</b></p>	<p>Många tycker det är för dyrt. Många vill gärna köpa det, men när prisskillnaden är för stor väljer de ändå konventionellt. Ex. svensk eko-rostbiff för 195 kr/kg och svensk konventionell rostbiff för 119 kr/kg. Kunden väljer den billigaste.</p>	<p>20-25 % av kunderna vill ha ekologiskt/krav och andelen ökar.</p>	<p>God. Coop profilerar sig med mycket eko-produkter, så kunderna förväntar sig att det ska finnas särskilt hos Coop. Väntar på att få certifiering för att få stycka och packa ekologiskt kött själva i butiken. Har inget ekokött i väntan på cert. Kpk-ekoköttet blir för dyrt jämfört med det butiksförpackade, därför blir det svårt att sälja.</p>	<p>Fler väljer det konventionella fast att det just nu är samma pris som ekologiskt naturbeteskött från KC Ranch. Tror att man måste marknadsföra mer. Man har alltid haft närproducerat från Sjöbo, så det har inte fått så stor effekt, det är inte nåt nytt. För många år sedan var det mycket sämre kvalitet på det ekologiska köttet. Idag har kvaliteten kommit närmare den konventionella vilket är bra för försäljningen. Rickard tror att försäljningen av ekokött kommer att öka mer och mer.</p>
<p><b>Hur ser försäljningen av närproducerat nötkött ut idag?</b></p>	<p>Positivt</p>	<p>Den försäljningen ökar också, den är ju billigare än krav.</p>	<p>Kunderna efterfrågar inte närproducerat speciellt, de nöjer sig med att köttet är svenskt.</p>	<p>Mycket bra.</p>
<p><b>Vad efterfrågar kunderna för egenskaper hos nötköttet?</b></p>	<p>Magert tyvärr. Kunderna förstår inte att smaken sitter i fett, de är livrädda för fett</p>	<p>Magert tyvärr. Det marmorade är ju godare.</p>	<p>Magert. Butiksförpackat.</p>	<p>Magert. Stora bitar går först. Endast ett fåtal efterfrågar marmorerat.</p>
<p><b>Hur intresserade är kunderna i övrigt av köttets ursprung, djurets uppfödning, ålder och kön?</b></p>	<p>Kunderna blir mer och mer intresserade av ursprunget. Närproducerat från Sjöbo slakteri är populärt. När det blir grillsäsong är desto fler intresserade av ålder, uppfödning och kön, då de efterfrågar extra mörkt kött.</p>	<p>Ungefär 30 % av kunderna frågar efter ursprung, vilken gård köttet kommer ifrån, om djuren har gått ute, osv.</p>	<p>Inte alls. I enstaka fall som vid sjukdomsfall (Blue tounge, galna kosjukan) kommer frågor.</p>	<p>De frågar inte efter det, men om informationen fanns där tror Rickard att kunderna skulle uppskatta det. Man har pratat om att börja ha skyltar vid köttet, med information om djuret och dess bakgrund.</p>

<b>Hur mycket styr priset vilket kött kunden köper?</b>	Mycket. Ex. brasiliansk entrecôte för 149 kr/kg och svensk entrecôte för 154 kr/kg. Kunden väljer den billigaste. Den brasilianska marknadsförs som Naturbeteskött, men det framgår först när man läser det finstilta att den är från Brasilien. Detta kan lura kunden. Se även ex. ovan om den ekologiska rostbiffen.	Mycket. Priset har gått upp mycket. Många vill köpa svenskt i första hand, men när prisskillnaden är stor väljer många det billigaste oavsett ursprung.	Inte så mycket. Ursprung och kvalitet är viktigare än priset. Prisskillnaden är inte tillräckligt stor mellan svenskt och utländskt eftersom de tjänar pengar på att packa själva i butiken. Denna butiken har en mycket stor köttavdelning, och många av de kunder som handlar just här gör det tack vare köttavdelningen. De värderar alltså kött högt och är mindre priskänsliga.	Vissa kunder påverkas, andra inte.
<b>Vad anser ni är hög köttkvalitet och vilka egenskaper vill ni ha i det kött ni säljer?</b>	Färskt och närproducerat. Det får man med bara några mil till slakteriet, butiken får leverans alla dagar utom söndagar.	Fräscht och fint. Det ska se bra ut, det är ofta ögat som väljer köttet. Förpackningarna ska vara snygga och iögonfallande.	Marmorerat kött – en kombination av mörhet och god smak. Butikspackat.	Stora bitar, lite marmorerat och inte för stumt. Man har funderat på att försöka ha en och samma ras alltid för att även få en jämnare kvalitet
<b>Ni har tidigare sålt Skånskt Naturbetes-kött i er butik, men gör det inte längre. Var ni och era kunder nöjda med köttet?</b>	Ja.	Ja. Kunderna har alltid varit nöjda med köttet.	Ja. Det fanns stamkunder som enbart ville ha Skånskt Naturbeteskött. Det har en högre kvalitet tack vare hängmörningen. Mycket kött är annars dåligt mörat idag.	Ja.
<b>Av vilken anledning slutade ni sälja köttet?</b>	Det var inte lönsamt just då. Jonny tror att det ligger mer i tiden nu, men att det ändå skulle vara svårt med ekonomin pga den stora mängden färskött det innebär när man måste köpa ½ djur.	Tar in Skånskt Naturbeteskött ibland. Försäljningen är störst vid löning, det är priset som styr. Övriga perioder får man ibland kött över och då är det svårt att få ekonomi på det.	P.g.a. den stora mängden färs. Mer än hälften är färs. Det går inte att få ekonomi på de.	Man hade redan arbetat in Sjöbo slakteris kött som närproducerat, så med Skånskt naturbeteskött fick man egentligen inget nytt, men man fick betala mer för det. Varumärkena krockade liksom. Därför kändes det som en större kontrast och mer effektiv insats att



				istället ta in kött från KC Ranch.
<b>Vad skulle man på Skånskt Naturbetes-kött kunna förändra för att det skulle bli intressant för er igen, eller för andra butiker?</b>	Ge butiken möjlighet att välja bort färsen. 20 % rabatt första månaden.	Satsa mer på marknadsföring t.ex. med kuponger och Bonde i butik som verkligen kan prata för produkten. Om butiken sen kunde välja vilka detaljer man ville ha, och slippa färsen, skulle det gå mycket bättre. Kpk direkt på slakteriet skulle ge bättre hållbarhet, köttet skulle hålla färgen längre och fler butiker som inte har egna stycknings anläggningar skulle få möjlighet att ta emot köttet.	Mer valmöjligheter (en låda innanlår, en låda oxfilé osv.) Det skulle underlätta genom att det skulle innebära ett inpris och ett utpris. Idag måste man stå och räkna på varenda bit i butiken för att få det att gå ihop. Färdigstyckat och förpackat direkt från slakteriet skulle även ge många butiker som inte har möjlighet till egen styckning chansen att ta in Skånskt Naturbeteskött.	Vissa butiker vill ha kpk, så det skulle kunna vara en lösning för att få fler butiker. Liksom Skånskt Naturbeteskött har KC Ranch kravet att butiken måste ta emot färsköttet för att få det övriga köttet. Det ställer till problem, man får sämre ekonomi på det. Mer valmöjligheter avseende vilka delar man vill ha skulle underlätta för många butiker.

	<b>Befintliga butiker</b>			
<b>Frågor</b>	<b>Coop Extra, Örkelljunga Bengt Knutsson</b>	<b>Coop Forum, Arlöv Göran Nilsson</b>	<b>Coop Extra, Simrishamn Olle Nordström</b>	<b>Coop Extra, Värnhem Malmö Davor Sikljan</b>
<b>Hur länge har ni jobbat i butiken?</b>	17 år	2 år	18 år	3 år
<b>Vad har ni för strategi vid inköp av nötkött till butiken</b>	Svenskt. Endast utländskt kött när Coop Centralt annonserar, och man inte kan hitta motsvarande kött producerat i Sverige till samma pris.	80-90 % svenskt kött. Konsumenterna vill ha svenskt kött och köper detta. Prisskillnaden mellan svenskt och utländskt har ju minskat.	Svenskt och närproducerat	Närproducerat, bara svenskt. Endast utländskt i samband med kampanjer från huvudkontoret, mycket sällan
<b>Hur ser hanteringen av kött i butiken ut?</b>	Får styckdetaljer och finstyckar och packar i butiken. Kunderna uppskattar att det är butiks packat, och butiken säljer en större andel kött än många andra Coop butiker	Finstyckar och packar ca 50 % i butiken, men utvecklingen går mer och mer mot färdigpackat. Men det butiks-packade säljer slut före det färdigpackade.	Svenskt kött finstyckas och packas i butiken. Det är bättre ekonomi på det som packas i butiken, man tjänar inga pengar på kpk, åtminstone inte i butiken	Får styckdetaljer, finstyckat och packar själva. krav och lammfärs är färdigpackat
<b>Har konsumenterna reagerat på debatten om nötkreaturs metanogasutsläpp?</b>	Nej. Men Bengt har börjat ta in mer närproducerat och ekologiskt	Nej. Men det kommer nog.	Nej	Nej.
<b>Hur ser försäljningen av ekologiskt nötkött ut idag?</b>	Coop profilerar sig med eko.	Närproducerat och ekologiskt är mycket uppmärksammat och kunderna blir mer och mer medvetna. Men många är fortfarande styrda av priset	Den har gått sedan man blev Coop för något år sedan. Coop profilerar sig med eko vilket har attraherat nya kunder som är särskilt intresserade av eko-produkter	Kommer mer och mer.
<b>Hur ser försäljningen av närproducerat nötkött ut idag?</b>	Tar in Skånskt naturbeteskött varje vecka. Har nyss börjat även med Olinge-grisen, utegrisar från Hässleholmstrakten. Har en idé att göra blandfärs mellan Olingesvin och Skånskt naturbeteskött för att få en närproducerad blandfärs.	Tar in Skånskt naturbeteskött vissa veckor	Både närproducerat och ekologiskt ligger i tiden. Men det har kommit så många olika varumärken och certifieringar vilket gör kunderna förvirrade. En idé skulle vara att införa miljöregler som alla måste följa, så att det inte är skillnad på kött och kött. Allt borde kunna hålla samma kvalitet.	Kommer mer och mer

<b>Vad efterfrågar kunderna för egenskaper hos nötköttet?</b>	Till 70 % magert kött	Magert, rött och fint. Endast ett fåtal förstår sig att efterfråga marmorera. I början av veckan typ högrev och grytbitar. Till helgen går det mer biff.	De vill ha det svenska, butikspackade. Det är billigare och ser trevligare ut. 80-90 % av kunderna vill ha magert, rött kött. De förstår inte att smaken sitter i själva fett.	Billigt, magert
<b>Hur intresserade är kunderna i övrigt av köttets ursprung, djurets uppfödning, ålder och kön?</b>	De väljer åtminstone svenskt före utländskt även om det är dyrare. Så de är nog ganska intresserade.	Kunderna är intresserade av ursprung, de vill helst ha svenskt kött. I övrigt är de inte så intresserade.	Mycket. Den informationen borde kunna finnas med allt kött, det finns ju ändå krav på spårbarhet, och butikerna måste ändå lägga ner arbete på journalföring. Då borde mer information kunna följa med köttet (ursprung, uppfödning, ras, ålder, kön och vikt)	Inte så mycket, de nöjer sig med att köttet är svenskt/skånskt.
<b>Hur mycket styr priset vilket kött kunden köper?</b>	Inte så mycket. Ex. Brasiliansk entrecôte 119 kr/kg jämfört med svensk entrecôte 179 kr/kg Kunden väljer här det svenska köttet trots prisskillnaden	Troligen ganska mycket.	Kunden vill ha det köttet som är styckat och packat i butiken, och detta är också billigare.	Ganska mycket
<b>Vad anser ni är hög köttkvalitet och vilka egenskaper skulle ni vilja ha i det kött ni säljer?</b>	Naturbeteskött. Smak och saftighet är snäppet högre.	Fint, lite marmorera. Naturbeteskött är ett steg i rätt riktning, där djuren får gå fritt och växa långsamt	Kvaliteten sitter i smaken. Bättre information om köttet (se ovan) skulle höja kvaliteten.	Mörhet. Påverkas mycket av uppfödningen
<b>Ni säljer Skånskt natur-beteskött i er butik. Är ni och kunderna nöjda med köttet?</b>	Ja. Naturbetesköttet är ofta det som tar slut först i butiken.	Ja. När de haft kuponger har det sålt riktigt bra, men i övrigt önskar Göran att de kunde sälja större kvantiteter än de gör.	Ja. Man funderade på att sluta med det när man blev Coop, men då protesterade kunderna. Det är bra för man får specificerat vart köttet kommer ifrån, vilken bonde, djurets ålder osv. Det är mörare tack vare hängmörningen.	Absolut

<p><b>Finns det något man på Skånskt naturbeteskött skulle kunna göra annorlunda för att bli ännu bättre för er?</b></p>	<p>Mer marknadsföring. Fler demonstrationer i butik, särskilt på sommaren när där är många nya sommar-gäster. Nya skyltar (70/100) att ha i entrén. Hitta någon annan säljkanal för färsen – kanske starta samarbete med t.ex. Olinge-grisen, produkt-utveckling (t.ex. lyxhamburgare)</p>	<p>Hitta andra kanaler att sälja färsen. Om priset kunde komma lite närmare det övriga köttet skulle man kunna sälja mer.</p>	<p>Det hade varit bra om man kunde få leverans från samma bonde varje gång, eller så ofta som möjligt. Gärna så lokalt som möjligt. Det skulle ge en jämnare kvalitet och kunderna skulle nog uppskatta att köttet kommer från trakten. Vill kunna välja bort färsen</p>	<p>Ge möjlighet till att köpa köttet detaljvis. Slippa färsen. Göra en storsatsning på marknadsföring. TV, tidning, annonskampanjer. Då skulle man kunna sälja mycket mer, många vet idag inte vad Skånskt Naturbeteskött är. Man förlitar sig på sina trogna stamkunder.</p>
<p><b>Vad tror ni Skånskt naturbeteskött skulle kunna göra annorlunda för att bli intressant för ytterligare butiker?</b></p>	<p>Kpk skulle ge fler butiker möjligheten att ta in köttet, eftersom många butiker inte har någon egen stycknings- och packningsanläggning . Möjligheten att kunna välja vilka detaljer man vill köpa in</p>	<p>Införa kpk</p>	<p>Införa kpk</p>	<p>Som ovan, samt införa kpk. Många Coop butiker skulle nog vara intresserade, eftersom Coop profilerar sig med ekologiskt och närproducerat. Men de kan inte ta emot köttet idag eftersom de inte har något styckningsanläggning i butiken.</p>
<p><b>Hur fungerar marknadsföringen av köttet i butiken?</b></p>	<p>Skulle behöva nya fräscha skyltar att ställa i entrén. Dessutom var etiketterna slut</p>	<p>Kuponger har visat mycket stor effekt</p>	<p>Skylt vid köttdisken med information om köttet ursprung. Etiketterna var slut. Olle anser att de borde finnas med i varje leverans, då finns det ingen risk att de tar slut.</p>	<p>Etiketter på köttet. Men det krävs mer marknadsföring från Skånskt Naturbeteskött, även utanför butiken (se ovan)</p>

	<b>Nya butiker</b>			
<b>Frågor</b>	<b>Ica Supermarket, Simrishamn Kent Svensson</b>	<b>Ica Supermarket, Ystad Lars Hörselius</b>	<b>Naturens Skafferi, Malmö, Lars-Erik Olsson och Pierre Peiper</b>	<b>Widerbergs Kött och Charkuteri Lund Sven Pettersson</b>
<b>Hur länge har ni jobbat i butiken?</b>	19 år	1 år	Mindre än 1 år men butiken har funnits sedan 40-talet	Flera år
<b>Vad har ni för strategi vid inköp av nötkött till butiken</b>	Svenskt kött i mesta möjliga mån	Enbart svenskt nötkött (dock dansk fläskfilé) Man strävar mot att ha mycket närproducerat och ekolo-giskt, idag har man natur-beteskött från KC Ranch.	70-80 % svenskt kött är en rimlig nivå. Det viktigaste är att hålla en jämn och bra kvalitet på köttet. Men det svenska köttet håller en hög kvalitet idag.	100 % svenskt nötkött av mycket hög kvalitet
<b>Hur ser hanteringen av kött i butiken ut?</b>	Packar svenskt kött själva, utom kalv- och lammkött som är vakumförpackat för att kunna hålla sortimentet	Allt kommer i kpk. Man har varken kvarn eller packmaskin i butiken. Eventuellt kommer man i framtiden att investera i en styckninganläggning.	Får styckdetaljer, finstyckar själva. Håller på att bygga restaurangkök med två stora kylar. Har nyligen anställt en köttmästare och kommer börja att ta in halva djur.	Får styckdetaljer. Finstyckar, maler och packar själva i butiken.
<b>Har konsumenterna reagerat på debatten om nötkreaturs metangasutsläpp och dess samband med växthuseffekten?</b>	Nej	Lite grann. Det har inte varit någon större förändring i försäljningen ännu, men Lasse tror att den kommer.	Kunderna blir mer och mer medvetna och väljer nog- grannare vilket kött de köper. Det kommer fler och fler unga till butiken och Lars-Erik tror att klimatdebatten kommer att märkas mer och mer på försäljningen. Försäljningen av nötkött har gått ner, men Pierre tror att det beror på prishöjningar och inte på klimatfrågan	Inte så mycket.

<b>Hur ser försäljningen av ekologiskt nötkött ut idag?</b>	Har i butiken tre sorters fläsk och tre sorters nöt varje vecka, men säljer sällan slut på det förutom på storhelger och sommar då sommargästerna är där. För lokalbefolkningen är det ekologiska köttet för dyrt.	Ca 10 %. Man har satsat mycket på ekologiskt i denna butiken, man var före många andra och hade en kampanj tidigare i år där man körde bara ekologiskt nötkött i tre veckor. Det gick jättebra, man sålde slut på allt. Skulle gärna vilja ha en större andel ekologiskt nötkött i butiken, särskilt på sommar och storhelger då sommargästerna kommer. Det är lätt att sälja ekologiskt nötkött. Fläskköttet är svårare då det blir för dyrt tycker kunderna.	Man har inget KRAV-kött i butiken i dagsläget, men det är intressant. Det har dock en dyr stämpel. Man tittar mer på vad man har stoppat i djuren än vad det är för kvalitet på det köttet man får i slutändan. Detta har get en sämre kvalitet på KRAV-köttet, men den börjar bli bättre i takt med att utbudet också blir större.	Man har inte ekologiskt nötkött i dagsläget.
<b>Hur ser försäljningen av närproducerat nötkött ut idag?</b>	Den är inte så stor – Kent anser att distributionen är svår. Säljer dock bondens bästa, och märker en tydlig skillnad i kvalitet.	Bra.	Det är mycket intressant med närproducerat, det kan på många sätt ersätta det ekologiska. Konsumenterna gillar närproducerat	Kunderna frågar inte specifikt efter närproducerat, men det mesta köttet man har är i alla fall från Skåne
<b>Vad efterfrågar kunderna för egenskaper hos nötköttet?</b>	Magert. Det feta, marmorerede köttet ser inte aptitligt ut.	De flesta vill ha det magert, men en viss kundkrets vill ha det marmorerat, och då särskilt äldre kunder.	Många vill ha ljusrött, magert kött. Folk är livrädda för fett men man har lyckats övertyga kunderna till att köpa marmorerat kött med kapp, och skära bort kappan efter tillagning istället. Det blir en helt annan smak, och när kunderna väl har insett detta vill de inte längre ha magert Hängmörat kött blir mörkare vilket kunderna också är rädda för.	Ca 80 % av kunderna vill ha magert kött, resterande kunder vill speciellt ha marmorerat kött. Många av kunderna är intresserade och villiga att ändra uppfattning och prova marmorerat. Det kött som säljer mest är färsen som mals framför kunden.
<b>Hur intresserade är kunderna i övrigt av köttets ursprung, djurets uppfödning, ålder och kön?</b>	Inte särskilt intresserade av kön och ålder, lite intresserade av uppfödning och desto mer intresserade av ursprunget.	Intresserade av ursprung men i övrigt frågar de inte så mycket.	Mycket intresserade.	Vissa kunder skulle vara intresserade av att köpa kött direkt från gårdarna, i alla fall veta vilken gård köttet kommer ifrån. Men

				generellt är folk inte särskilt intresserade.
<b>Hur mycket styr priset vilket kött kunden köper?</b>	Ganska mycket. Det är svårt att konkurrera med det utländska köttet när ICA kör sina kampanjer.	Ganska mycket. Ligger där två bitar bredvid varandra så väljer kunden den billigare. Priset behöver gå ner för att kunna mäta sig med det utländska köttet.	Inte så mycket. De bryr sig mer om ursprung och kvalitet. Fast på storhelger är folk mer priskänsliga, och överlag är äldre kunder mer priskänsliga	Inte alls. Widerbergs kunder är inte priskänsliga
<b>Vad anser ni är hög köttkvalitet och vilka egenskaper skulle ni vilja ha i det kött ni säljer?</b>	Stutkött är det godaste, men svårt att sälja pga fettet.	Hög köttkvalitet finns inte längre. Man hängmörar inte köttet längre p.g.a. större kostnader och ökade hygienproblem – det krävs särskilda kylar, rena och orena zoner och särskilda rengöringsrutiner. Lasse tycker det är synd, för det är stor skillnad i kvalitet mellan hängmörat och icke hängmörat kött.	Lars-Erik anser att nötkött med högkvalitet ska vara mörkt, rätt styckat, rätt fetthalt och av jämn kvalitet Pierre anser att ett bra kött ska vara mörat i 2-3 veckor.	Kött av hög kvalitet är mörkt, gott och fast. Lite marmorat, men inte fett. Det är viktigt att det blir rätt tillagat.
<b>Hur väl känner ni till Skåniskt Naturbeteskött? Skulle det vara intres-sant för er butik?</b>	Kent känner inte till namnet, men känner igen symbolen när han ser den.	Känner inte till Skåniskt naturbeteskött.	Lite grann.	Inte alls.
<b>Vad krävs av Skåniskt naturbeteskött för att ni ska börja sälja köttet i er butik?</b>	Valmöjlighet avseende vilka partier man vill köpa in till butiken. Kan inte ta emot halva djur eftersom det blir svårt att sälja all färsen. Bringa och färs måste kunna väljas bort. Skulle önska val mellan <i>framdelsbox</i> (med högrev, bog och ev. ytterlår. Med ytterlåret kan man göra mycket i butiken) och <i>bakdelsbox</i> (med ryggbiff, entrecôte, oxfilé, innanlår, fransyska och rostbiff)	F.n. krävs kpk för att butiken ska kunna ta emot köttet.	Naturbeteskött är mycket intressant. Det har en mycket hög och en jämnare kvalitet än mycket annat kött. Kvarter djur skulle kunna vara intressant att ta in, men det blir mycket färs och den är svårt att bli av med. Produktutveckling på färsköttet skulle vara en bra lösning, findetaljerna går lätt att sälja.	Att de ska kunna leverera samma höga kvalitet som Scan i Kristianstad och om man kunder välja ut vilka styckdetaljer man ville ha.

	<b>Hamburgerrestauranger</b>			
<b>Frågor</b>	<b>MAX Hamburgerrestauranger AB Jonas Aspenfjäll Matsäkerhetsansvarig Gunnar Nismalm Inköpsansvarig</b>	<b>Mello Yello Bar och Restaurang Malmö Pelle Zidén Köksmästare</b>	<b>Harry's Pub Café och Restaurang Malmö Christoffer Fredriksson Köksmästare</b>	<b>Harry's Pub Café och Restaurang Helsingborg Mats Pettersson, Köttmästare</b>
<b>Vad har ni för strategi när ni köper in hamburgerkött?</b>	100 % svenskt hamburgerkött. Köttet köps in centralt genom Atria slakterier.	100 % svenskt hamburgerkött	100 % svenskt hamburgerkött	100 % svenskt hamburgerkött
<b>Skulle det vara intressant för er att köpa lokalt producerat hamburgerkött?</b>	Nej, inte i dagsläget. Man köper in centralt för att verkligen kunna kontrollera kvalitet och ursprung, och för att kunna leverera en jämn köttkvalitet till samtliga restauranger.	Ja, Skånskt Naturbeteskött skulle kunna vara intressant, men det beror på priset.	Ja, Skånskt Naturbeteskött skulle kunna vara intressant, men det beror på priset.	Ja, Skånskt naturbeteskött skulle kunna vara intressant. Har smakat och tycker att det är bra, men det beror på priset.