

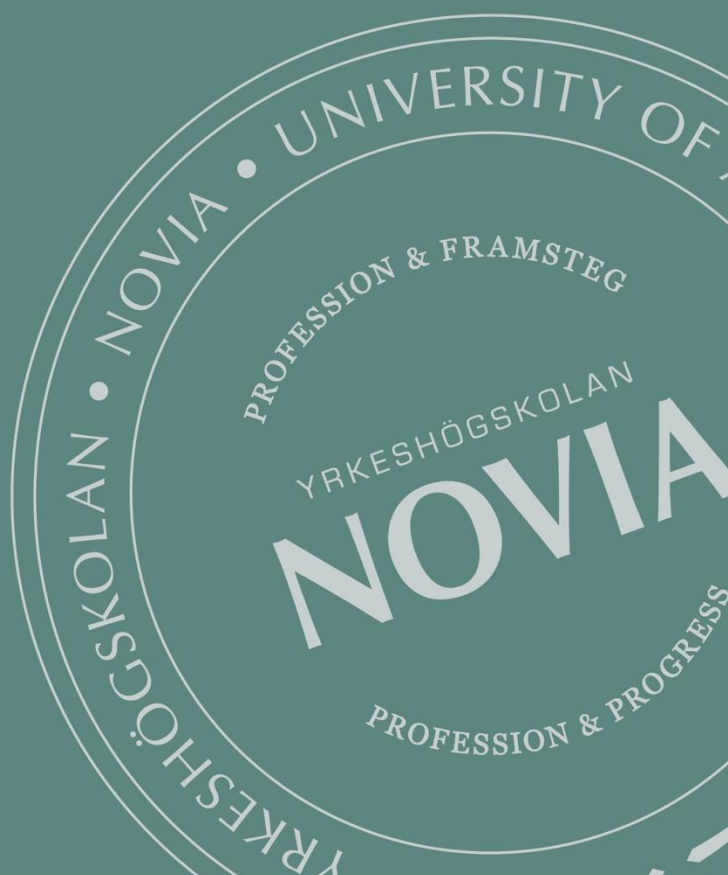
# Viltkött direkt från jägarna?

## Riistanlihaa suoraan metsästäjältä?

Kartläggning av flaskhalsar i inköpsprocessen i  
HoReCa sektorn i Finland

Minna Pura  
Helena Liewendahl  
Marianne Fred

Serie R: Rapporter

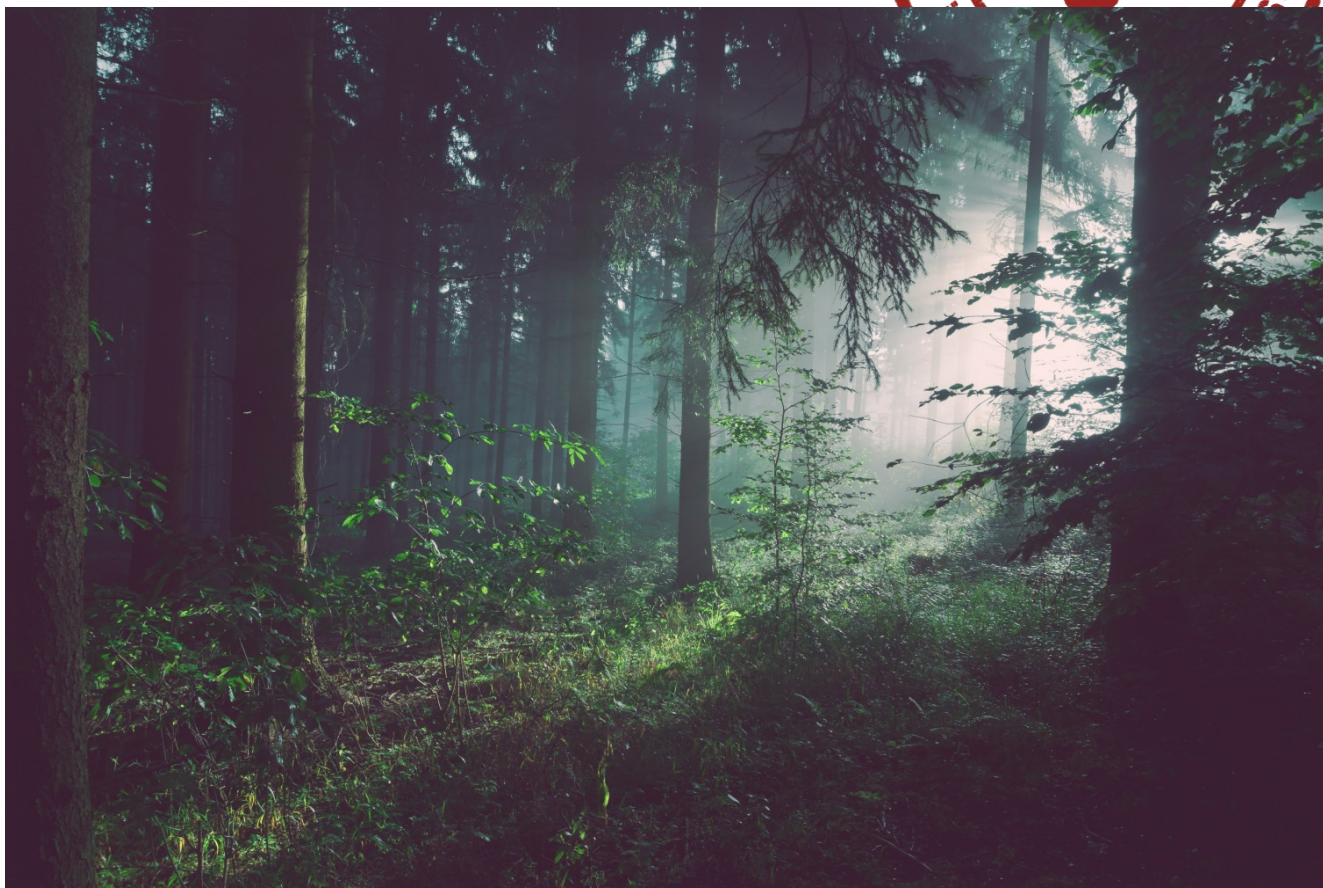


Minna Pura, Helena Liewendahl, Marianne Fred

**Viltkött direkt från jägarna? Riistanlihaa suoraan metsästäjältä?  
Kartläggning av flaskhalsar i inköpsprocessen i HoReCa sektorn i Finland**

Utgivare: Yrkehögskolan Novia, Wolffskavägen 33, 65200 Vasa, Finland  
© Yrkehögskolan Novia och Minna Pura, Helena Liewendahl, Marianne Fred

Novia Publikation och produktion, serie R: Rapporter 4/2019  
ISBN 978-952-7048-57-3 (online) ISSN 1799-4179



## Viltkött direkt från jägarna?

Riistanlihaa suoraan metsästäjältä?

## Kartläggning av flaskhalsar i inköpsprocessen i HoReCa sektorn i Finland

15.2.2019

Minna Pura <sup>a</sup> & <sup>b</sup>), Helena Liewendahl <sup>b</sup>) och Marianne Fred <sup>c</sup>)

<sup>a</sup>) Segmento Oy, Kyrkslätt

<sup>b</sup>) Centre for Relationship Marketing and Service Management (CERS), HANKEN School of Economics, Helsingfors

<sup>c</sup>) Yrkeshögskolan Novia, Enheten ÅboRaseborg, Fokusområdet Bioekonomi, Raseborg



## **Yhteenveto: Riistanlihaa suoraan metsästäjältä?**

Suomalaisen riistanlihan käyttö tukee kestäväää kulutusta, mutta kuinka kiinnostavaa se oikeastaan on? Kartoitimme kyselytutkimuksella, miten lihaa pitäisi pystyä ostamaan ja miten sitä pitäisi toimittaa tulevaisuudessa tilaajien näkökulmasta. Tutkimus kohdennettiin hotelli-, ravintola- ja cateringalan ammattilaisille, jotka vastaavat tai osallistuvat raaka-aine valintoihin. Ravintolat ovat kiinnostuneita tarjoamaan asiakkailleen suomalaista riistanlihaa tulevaisuudessa, mutta riistanlihan saatavuudessa ja sen ennakkoinnissa on haasteita. Keskimäärin vastaajat tarjoaisivat kotimaista riistanlihaa ravintolassaan tulevaisuudessa 79 %:n todennäköisyydellä.

Ravintolat ovat voineet ostaa tarkastamatonta kotimaista riistanlihaa jo 6 vuoden ajan, mutta tämän tutkimuksen mukaan jopa 69 % vastaajista uskoo, että tarkastamatonta kotimaista riistanlihaa ei saa myydä ravintoloille. Tiedotusta riistanlihan hyödyntämismahdollisuuksista tulee siis tehostaa. Haasteina kotimaisen riistanlihan käytölle vastaajat kokivat mm: heikon saatavuuden, resurssit (valmistus vaatii aikaa ja erikoistaitoja), korkean hinnan, säännökset ja epäselvät tiedot mitä saa tehdä sekä kysynnän puute. Ne ravintola-ammattilaiset, jotka ovat kiinnostuneita tarjoilemaan riistanlihaa ravintolassaan, kokevat suurimmiksi haasteiksi riistanlihan käytössä seuraavat asiat: 1) Terveysviranomaiset vaikeuttavat kotimaisen tarkastamattoman riistanlihan käyttöä ravintoloissa, 2) Riistanlihan saatavuutta on vaikea ennakoida, 3) Keittiötä tai työjärjestystä pitää muuttaa, kun käytetään tarkastamatonta kotimaista riistanlihaa. Haasteet liittyvät siis pitkälti epätietoisuuteen, miten toimia ja mistä kotimaista riistanlihaa saa hankittua sekä ammattilaisten vaatimuksiin sopivien ruhon osien heikkoon saatavuuteen. Saatavuutta verrataan mm. virolaiseen riistanlihaan, jota on helpompi hankkia kuin kotimaista riistanlihaa.

Ravintola-alan hankinta-ammattilaiset jakautuvat kolmeen segmenttiin sen perusteella minkälaista lihaa he haluavat tarjota: a) hintaherkkiin b) imagohakuisiin ja c) laatutietoisiin. Näistä segmenteistä c) laatutietoiset ovat paras kohderyhmä ostamaan kotimaista tarkastamatonta riistanlihaa, koska he ovat valmiita maksamaan riistanlihasta sekä jopa valmiita itse noutamaan ruhon osat tai valmiiksi leikatut lihat. He arvostavat myös erityisesti, että liha on lähellä tuotettua, ekologista, eettisesti ja kestävästi tuotettua. Heille tärkeää on saada lisätietoa alkuperästä ja luoda uskottava tarina, miten, mistä ja milloin riistanliha on tullut ja miten se on valmistettu. Ateriointikokemukseen haluttaisiin lisätä kokonaisuutta tukevia elementtejä esim. metsästä kerättyjä lisukkeita. Imagohakuiset ovat myös kiinnostuneita riistanlihan tarjoilusta tulevaisuudessa, mutta suoramyynti ei ole yhtä relevantti vaihtoehto, koska he ostavat lihaa mieluiten tunnetulta toimittajalta tai brändiltä. Heille kotimaisen riistanlihan jalostusastetta tulisi nostaa. Hintaherkät eivät ole kovin todennäköisiä suoramyyntin asiakkaita, koska he arvioivat riistan hyödynnettävyyttä ensisijaisesti hinnan perusteella ja tilaavat yleensä kaikki raaka-aineet samalta toimittajalta. Hintaherkille ei ole juurikaan merkitystä mistä liha tulee, vaan tärkeämpää on tasainen saatavuus ja edullinen hinta. Heille voitaisiin tarjota riistanlihaa pakasteena tai vakuumpakattuna.

Riistanlihan avulla ravintola-alan ammattilaiset ovat kiinnostuneita luomaan yhä paikallisempia, monipuolisempia ja sesonginmukaisempia aterioita. Riistanlihan hinta ei ole kovin olennaista, kun luodaan kilpailuetua ruokailuelämyksillä. Merkitystä kokemustalouden tukemisessa on luotettavan tiedon välityksessä, toimitusnopeudessa ja joustavuudessa ruhon paloittelussa ja pakkauskoossa. Tieto ja tarinat ovat tarpeen myös ravintola-asiakkaiden kulutustottumusten muokkaamisessa, jotta kysyntä kasvaisi.

## Innehållsförteckning

1. Inledning.....	4
1.2 Viltkött & regler hur det får användas.....	4
2. Sammanställning av undersökningen.....	6
2.1 Forskningsmetod och sampel.....	6
2.2 Utmaningar i att servera finskt viltkött.....	7
2.3 Kunskapsnivån i användning av obesiktat viltkött.....	10
2.4 Förväntningar .....	11
2.4.1 Prismedvetna.....	11
2.4.2 Mån om image.....	12
2.4.3 Kvalitetsmedveten.....	12
2.5 Sannolikhet att servera finskt viltkött i framtiden.....	12
2.6 Hur ser en optimal leveransprocess ut för kvalitetsmedvetna?.....	12
2.6.1 Planering.....	13
2.6.2 Anskaffning.....	13
2.6.3 Hantering, tillagning, servering.....	14
2.6.4 Kundupplevelse .....	14
2.7 Hurdana tjänstemodeller/verksamhetsmodeller behövs det?.....	14
3. Sammandrag: Vad behöver ske för att leveransen ska löpa smidigt?.....	15
3.1 Öka kunskapsnivån i HoReCa branschen och i jaktföreningar.....	15
3.2 Synliggör leveransprocessen och påvisa ursprunget.....	15
3.3 Skapa nya tjänste- och verksamhetsmodeller.....	16
4. Praktiska implikationer av resultat och förslag till fortsatt forskning.....	16
5. Källförteckning.....	19
6. Bilagor.....	20
Bilaga 1: Bakgrundsinfo om restauranger och respondenter.....	21
Bilaga 2: Utmaningar .....	22
Bilaga 3: Vad tänker personen som planerar menyn med viltkött som råvara?.....	24
Bilaga 4: Drömleverans.....	25
Bilaga 5 : Hantering, tillagning och servering av viltkött i framtiden.....	27
Bilaga 6: Viltkött från restauranggästens perspektiv.....	29

# 1. Inledning

Vitsvanshjorten har hämtats till Finland från Minnesota i Nordamerika 1934. År 1965 påbörjades jakt av vitsvanshjort i Finland efter att populationen ökat från de inhämtade fyra individerna till 1 000 individer (Kekkonen m.fl. 2012). Vintern 2017–2018 var den uppskattade populationen av vitsvanshjort i Finland 100 000 individer med lokala tätheter på över 50 djur/1 000 ha (Kukko & Pusenius 2018). Prognosen för vitsvanshjortens populationstrend i Finland är fortfarande stigande, då arten dels breder ut sig och dels ökar i täthet lokalt. I Minnesota där vår vitsvanspopulation har sitt ursprung kan populationerna nå avsevärda tätheter på 100 djur/1 000 ha utan att täthetsberoende faktorer som tillgång till föda har en reglerande effekt. Först vid tätheter på 200 djur/1 000 ha börjar täthetsberoende faktorer reglera populationerna. Om trenden i Finland är liknande, utgör vitsvanshjorten en betydande naturresurs där en jakt på hållbara grunder kan göra betydande mängder kött tillgängligt för konsumenter. Viltkött är ett hållbart köttalternativ för konsumenten. Att jakten är övervakad av myndigheter, samt jägarens kunskap och skicklighet är avgörande för hur etiskt köttet kan anses vara. Genom att öppna jakten för jakt gäster finns möjligheter att öka avskjutningen och samtidigt öka tillgången på viltkött på marknaden. Hållbart viltbruk ger möjligheter till jakt och naturturism vilket ökar möjligheter för åretruntverksamhet och stöder den lokala ekonomin på landsbygden. För att vidareförädlare, restauranger och konsumenter ska öka användningen av finländskt viltkött krävs fungerande verksamhetsmodeller samt regelverk, normer och system.

”Enligt prognoser kommer vitsvanshjorten fortsätta breda ut sig över landet och öka i täthet. Redan i dag kräver avskjutningen av alla licenser på vitsvanshjort stora insatser av jaktlag och –föreningar, och den prognostiserade ökningen av stammen på vitsvanshjort kräver därför nya verksamhetsmodeller.”

- Forskningsledare i Bioekonomi Marianne Fred, YH Novia (Fred, M. 2019)

Denna undersökning är första steget i att utveckla nya verksamhetsmodeller och underlätta leveransprocessen. Undersökningens målgrupp är hotell, restaurang, och catering (HoReCa härefter) branschen. Enkätundersökningen har finansierats av Finlands viltcentral och utfördes av Segmento Oy.

Mera information om:

Vitsvanshjortens populationsutveckling i Finland 1934-1965: doi:10.1371/journal.pone.0043482

Vitsvanshjortens antal och utbredning 2017-2018: [http://wordpress1.luke.fi/riistahavainnot-hirvielaimet/wp-content/uploads/sites/5/2018/03/Valkoh%C3%A4nt%C3%A4peurakanta-talvella-2017\\_2018.pdf](http://wordpress1.luke.fi/riistahavainnot-hirvielaimet/wp-content/uploads/sites/5/2018/03/Valkoh%C3%A4nt%C3%A4peurakanta-talvella-2017_2018.pdf)

## 1.2 Viltkött & regler hur det får användas

”Man strävar till att minska på vitsvanshjortbeståndet som ökat i sydvästra Finland genom en effektiverad jakt. I början av jaktperioden har man fällt en rekordstor mängd vitsvanshjortar. Mängden hjortbyten som rapporterats fram till och med den 9 oktober 2018 är totalt hela 6 800 individer. Flest hjortar har fällts i Egentliga Finland. För första gången fortsätter jakttiden ända till mitten av februari, även om det efter den sista januari är förbjudet att använda sig av hund. Med förlängningen av jakttiden försöker man uppnå en ökning av bytesmängden.” (Körhämö 2019)

Kort översikt över hur användning av obesiktat finskt viltkött regleras i Finland:

- En jägare kan slaktas frilevande vilt till exempel i ett s.k. slaktskjul. Om en jägare eller ett jaktsällskap överlåter obesiktat kött från vilt direkt till konsumenten eller levererar sådant kött till den lokala detaljhandeln, ska en **anmälan om livsmedelslokal** lämnas för verksamheten och det utrymme där verksamheten bedrivs (såsom ett slaktskjul). Anmälan om livsmedelslokal lämnas skriftligen till livsmedelstillsynsmyndigheten i den kommun där livsmedelslokalen ligger senast fyra veckor innan verksamheten inleds (LL 13 § 1 mom.)
- En jägare eller ett jaktsällskap får leverera kött från frilevande hjortdjur, harar, kaniner och fåglar som obesiktat till den lokala detaljhandeln, såsom en restaurang, ett storhushåll eller en detaljhandelsbutik. Jägaren eller jaktsällskapet ska lämna en anmälan om livsmedelslokal för den lokal, från vilken köttet levereras till detaljhandeln. Per år får en primärproduktionsaktör till detaljhandeln överlåta en mängd kött som motsvarar högst 1 000 harar eller kaniner, 3 000 fåglar, 10 älgar, 30 hjortar och 50 rådjur (Srf 1258/2011 4 § 1 mom. punkt 4).
- Köttet ska **åtföljas av en handling** med följande uppgifter: djurarten/djurarterna, mängden kött, fångsttidpunkten (datum och klockslag) och fångstorten, leveransdagen, avsändarens och mottagarens namn och kontaktuppgifter (förordningen om livsmedelslokaler). **I handlingen ska också nämnas att köttet är obesiktat.** Jägaren eller jaktföreningen ska föra bok över kött av frilevande vilt som levererats till detaljförsäljning, inbegripen djurart, mängden kött, tidpunkt och plats för fångsten, leveransdag och mottagarens namn och kontaktinformation. Bokföringen kan skötas genom att kopior av [leverans]dokumenten bevaras. Bokföringen skall uppbevaras minst ett år (förordningen om livsmedelslokaler).
- Obesiktat kött från hjortdjur, harar, kaniner eller fåglar får levereras till detaljhandeln som hela slaktkroppar eller styckat, men det får **inte levereras tillverkat till produkter** såsom malet kött, korvar, rökt kött eller konserver.
- Köttet **får tillverkas till produkter i samband med detaljhandeln** då produkterna säljs direkt till konsumenten.

Mera info:

Eviras anvisning 16027/3/sv:

<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/teurastus/lihantarkastus/tarkastamaton-luonnonvarainen-riista/>

<http://www.aitojamakuja.fi/suoramyynti/>

[www.aktasmak.fi/direktforsaljning](http://www.aktasmak.fi/direktforsaljning)

<https://www.youtube.com/watch?v=iBXguNCKWOU>

## 2. Sammanställning av undersökningen



Undersökningens mål är att kartlägga hur leveransen och inköp av inhemskt viltkött borde skötas i framtiden ur inköparens synvinkel. Kartläggning av befintliga flaskhalsar för användning av obesiktat viltkött som råvara i hotell- och restaurangbranschen, hjälper oss att bättre förstå:

1. Om det finns brister i kunskap om användning av obesiktat viltkött i HoReCa branschen.
2. Hur en fungerande leverans ser ut.
3. Vad som behöver ske för att leveranserna ska löpa smidigt.
4. Hurdana tjänstemodeller/verksamhetsmodeller som behövs.

Rapporten är strukturerad enligt följande:

- Först redogörs för forskningsmetod och sampel (kapitel 2.1.)
- Därefter svaras de ovannämnda fyra forskningsfrågorna (kapitel 2.2 – 2.7).
- Avslutningsvis sammanfattas vad som behöver ske (kapitel 3) och den praktiska betydelsen av resultaten diskuteras (kapitel 4)
- Föreslag till fortsatt forskning ur ett tjänsteforskningssperspektiv avslutar rapporten (kapitel 4).

## 2.1 Forskningsmetod och sampel

I denna undersökning har vi använt en online enkät som består av två delar: (1) Kartläggning av upplevda hinder för att använda viltkött och (2) ett framtidsscenario där respondenterna uppmanades beskriva idealförhållanden för användning av viltkött som råvara i produktionen. Bakgrundsfrågorna om restauranger och respondenter är rapporterade i bilaga 1.

Analysen omfattar 63 svar. Samplet representerar professionella aktörer inom Finlands Hotell, Restaurang och Catering (HoReCa) bransch bra, eftersom vi skickade inbjudan till kontakter från hotell och restaurangföretagsregister i hela Finland till olika typer av restauranger. Mera bakgrundsinformation om restauranger och respondenterna finns i bilaga 1. Fyrtioåtta av respondenterna ansvarar för inköp av livsmedel, 12 deltar i anskaffning av livsmedel, 2 tillreder mat och 1 serverar mat i restaurang. Sjuttiosju procent av restaurangerna har öppet hela året (11–12 månader), men samplet innehåller också sådana restauranger som har öppet bara några månader per år. I samplet finns det olika storleks restauranger, men mest mindre restauranger som har 0–19 anställda (se Bilaga 1).

Inbjudan skickades i december 2018 till 28 av Novias kontakter i västra Nyland samt till 1 412 kontakter från hotell och restaurangföretagsregister över hela Finland. Samplet innehöll personer som hör till högsta ledning, eller tar hand om anskaffningar eller produktion i restauranger. Företag som ingår i samplet har en omsättning mellan 1 000 euro och 10 miljoner euro och har angett antalet av arbetstagare samt e-postadress i företagsregistret. Enkäten publicerades också som en online enkät på sociala media riktat till målgruppen på följande Facebookgrupper: Ravintolakirppis och Ammattikeittiösaajat samt på Resurscentret Hald r.f. hemsida (<http://www.hald.fi/>).

Respondenternas medelålder var 47 år och ålder varierade mellan 27 år och 72 år. Fyrtionio procent av svaren kom från Nyland, 13 % från Egentliga Finland och resten från Satakunda, Birkaland, Päijänne-Tavastland, Kymmenedalen, Södra Karelen, Södra Savolax, Norra Savolax, Österbotten, Norra Österbotten, Kajanaland, Lappland och Åland. I genomsnitt består 48 % av menyerna med maträtter som innehåller närproducerad mat, med en variation mellan 7 % och 91 % i detta sampel. Det förekom inga betydande geografiska skillnader i åsikter om att kunna servera finskt viltkött åt restaurangkunderna i framtiden.



## 2.2 Utmaningar i att servera finskt viltkött

Under denna rubrik behandlar vi på följande undersökningsfrågor: 1) Finns det brister i kunskap? och 3) Vad behöver ske för att leveranserna ska löpa smidigt? (Undersökningsfrågor 2 och 4 behandlas senare) I detta avsnitt diskuterar vi först för de utmaningar respondenterna uttryckte spontant. För att få spontana åsikter, bad vi respondenterna fortsätta en mening med egna ord: Enligt mig är det mest utmanande gällande användning av viltkött som råvara i restaurang att...

Efter det rapporterar vi hur respondenterna poängsatte färdigt angivna förslag för hinder för att servera finskt viltkött. Svaren är kategoriserade och bifogade i bilaga 2. Respondenterna uttryckte följande utmaningar: Dålig tillgänglighet, resurser: tillredning kräver tid och specialkunskaper, prisnivån på viltkött, regelverk och oklar information vad man får göra, brist på efterfrågan.

### 2.2.1 Utbud av viltkött

Kommentarer om utmaningar handlade mest om dålig tillgång av obesiktat finskt viltkött. Respondenterna i HoReCa sektorn anser att man inte får sådant kött som de skulle vilja ha, så som hjärta, lever, filé. Kvaliteten är inte heller konsistent eller på den nivån som á la carte restauranger önskar. Den tillgängliga köttvolymen motsvarar inte alltid efterfrågan. Restaurangerna har alltså svårt att få viltkött i större mängder. Färskt viltkött är svårt att komma åt. Därtill är det svårt att förutspå utbudet eftersom den varierar.

*"vissa delar säljs snabbt, om man köpt 1/2 eller hela kroppar så finns det inte så många ex. filéer"*

*"Det är svårt att få tag på och då det finns är kvantiteterna relativt små."*

*"Tillgängligheten varierar. Förädlingsgraden är inte rätt."*

*"Tillgängligheten är svår att förutspå."*

*"Det är svårt att få, speciellt färskt."*

*"Det är utmanande att få både lunch och á la carte kvalitetsportioner. Kvaliteten kan inte lida."*

*"Det är svårt att köpa, ingen säljer."*

*"På grund av regelverk är tillgängligheten ibland obefintlig."*

Processen på hur viltkött anskaffas är utmanande som sådan. En respondent sammanfattar beskrivande vad samplet upplever som krävande: hållbarheten, rytmen hur viltkött skaffas, kylkedjan, viltkötthanteringsutrymmen och recept.

*"Att köpa och servera viltkött är lätt på basen av regler, men det är anskaffning som är svårare."*

### 2.2.2 Resurser: tillredning kräver tid och specialkunskaper

En del tycker att kockar borde skolas för att hantera viltkött, eftersom finländska kockar inte mera kan det så bra. Det fattas kunskap och färdigheter hur man förädlar viltkött till en mångsidig produkt. Utbildning krävs. Från kockens synpunkt är det därtill utmanande att hitta rätt tidpunkt att bräsa viltkött.

### 2.2.3 Prisnivån på viltkött

Prisnivån upplevs som ett hinder för vissa typer av restaurang.

*"Få ner priset på portionen så kunden köper det"*

*"Relativt dyrt för lunch"*

#### 2.2.4 Regelverk och oklar information vad man får göra

Myndigheternas kontroll av viltkött uppfattas vara sträng och en orsak till att viltkött är svårt tillgängligt i Finland. Det verkar vara lättare att komma åt utländskt viltkött. Information om vad man får göra eller inte göra varierar också. Vissa vet exakt hur reglerna är och tycker att det var bättre förr då jaktföreningar själva kunde bestämma vilka kroppar som skulle kontrolleras och vilka som de använde obesiktat. Andra tycker att reglerna är oklara eller att man inte får servera obesiktat viltkött.

*"För jägaren tycks det vara för jobbigt att leverera oss större vildjur till ex. hjortar, för det krävs för mycket kontroll av myndigheter. Med smådjur är det lättare och dem får vi till restaurangen också."*

*"...Nu krävs det att utrymmen är godkända före man får sälja direkt åt restauranger, eller man måste leverera kroppar till en anläggning som är registrerad som en livsmedelslokal. Det resulterar i ännu en kostnadspost som måste inbakas i priset...Finländska jaktlag vill inte sälja utan lagrar viltkött i frysen och kastar bort det då det blir gammalt. Man måste importera viltkött och det är nu lättare att komma åt estniskt viltkött än finländskt."*

*"Informationen är otydlig"*

*"Varifrån får man viltkött som är hygieniskt tillrett och förbehandlat, annanstans än grossisten?"*

*"Man får inte nu servera viltkött utan hälsomyndighetens lov, d.v.s. köpa direkt härifrån."*

#### 2.2.5 Brist på efterfrågan

En del anser också att alla kunder inte uppskattar viltkött och inte förstår skillnader mellan olika styckningsdelar och deras konsistens samt att viltkött inte är i allas smak.

*"Kunder är inte vana vid smak av viltkött"*

*"Alla tycker inte om det."*

*"Lunchgäster är inte intresserade. Älgsoppa går inte åt. Vi serverar det bara två gånger per år."*

*"Kunden förstår inte skillnaden mellan olika styckningsdelar eller skillnader i konsistensen."*

#### 2.2.6 Färdigt angivna alternativ

Enkäten innehöll också färdiga alternativ, som respondenterna fick svara på för att bättre förstå hur svåra olika hinder är i jämförelse med varandra. Det största hindret är brist på kännedom om regelverk för hur obesiktat viltkött kan anskaffas och tillredas. Restaurangpersonalen tycker att hälsomyndigheterna gör det svårt att använda obesiktat viltkött i restaurang och att restaurangens egenkontrollplan måste ändras om obesiktat viltkött kommer in i köket. Många tycker också att användning av obesiktat viltkött kräver omorganisation i köket eller annorlunda arbetsprocesser. Ett stort hinder är också att 69 % av alla respondenter tror att man inte får sälja obesiktat viltkött till restauranger (har svarat över 50 på skalan 0 = av helt annan åsikt – 100 = av helt samma åsikt på frågan: Jag tror inte att man får sälja obesiktat viltkött till restauranger). Det finns mycket variation i svaren gällande tillgängligheten på viltkött.

I Tabell 1 presenteras de färdigt angivna hindren, vars genomsnittsvärde är under 50 (på skalan 0 = av helt annan åsikt – 100 = av helt samma åsikt). Vår tolkning är att restauranger i Finland i genomsnitt INTE anser dessa vara ett hinder. De minsta hindren är alltså viltköttets rykte, specialkunskaper som krävs att tillreda viltkött, pålitlighet av leveranskedjan och risk för restaurangens image.

**Tabell 1: Personalens attityder till viltköttanvändning (alla respondenter)**

Vad anser du om påståendet i dag? (Av helt annan åsikt= 0, Av helt samma åsikt=100	Minimum	Maximum	Mean
Hälsomyndigheterna gör det svårt att använda okontrollerat viltkött i restaurang	20,0	100,0	73,6
Restaurangens egenkontrollplan måste ändras om okontrollerat viltkött kommer in i köket	40,0	98,0	72,1
Det är svårt att förutspå tillgänglighet av viltkött	7,3	99,2	71,1
Jag tror att man inte får sälja okontrollerat viltkött till restauranger	0,8	100,0	63,6
Det är svårt att skaffa viltkött	0,8	100,0	59,5
Att använda okontrollerat viltkött kräver omorganisation i köket eller annorlunda arbetsprocesser	30,0	98,0	53,3
Jag tror att användning av okontrollerat finskt viltkött är en risk för restaurangens image.	0,0	99,6	41,3
Leveranskedjan av viltkött är inte pålitlig	2,0	90,0	36,7
Det finns inte efterfrågan på inhemskt okontrollerat viltkött	0,0	100,0	34,5
Att tillreda viltkött kräver specialkunskaper	1,5	97,7	32,9
Allmänt taget har inhemskt okontrollerat viltkött dåligt rykte	5,0	50,0	30,0
Att tillreda viltkött kräver mera tid än icke-vilt kött som man köper från grossisten	1,2	93,5	26,9
Det är besvärligare att tillreda viltkött än icke-vilt kött	1,2	80,0	19,2

Eftersom variationen i svaren var stor, sammanfattar vi också hur attityderna skiljer sig bland dem som faktiskt tänker servera obesiktat finskt viltkött i sina restauranger och dem som inte tänker göra det även om det skulle bli lättare i framtiden. Materialet är uppdelat i två grupper. a) Den skeptiska gruppen som sannolikt inte kommer att servera finländskt viltkött i sina restauranger i framtiden och som i det här samplet består av 8 respondenter. (se Tabell 3) b) De som kommer att servera finländskt viltkött. (se Tabell 2 nedan)

De som har svarat att de sannolikt kommer att servera finskt viltkött i framtiden evaluerade de angivna utmaningarna att använda viltkött lite annorlunda än de som svarade att de inte kommer att servera finskt viltkött även om det skulle vara lätt i framtiden. Utfallet av poängsättningen är enligt följande.

**Tabell 2: De största utmaningarna bland dem som sannolikt kommer att servera finskt viltkött i framtiden**

Vad anser du om påståendet idag? Är av samma åsikt

- 1 Hälsomyndigheterna gör det svårt att använda okontrollerat viltkött i restaurang
- 2 Det är svårt att förutspå tillgänglighet av viltkött
- 3 Restaurangens egenkontrollplan måste ändras om okontrollerat viltkött kommer in i köket
- 4 Jag tror att man inte får sälja okontrollerat viltkött till restauranger
- 5 Det är svårt att skaffa viltkött

De skeptiska anser att det inte finns efterfrågan på inhemskt viltkött och att inhemskt viltkött tom. kan utgöra en risk för restaurangens image. Andra hinder på deras topp 5 lista är samma som för sådana som tänker servera viltkött i framtiden. Utöver detta stämde den skeptiska gruppens åsikter överens med de övriga. Bland de skeptiska finns olika typer av restauranger, några satsar på utländska menyoptioner så som tex mex, hot wings, empanadas, vilket till en del kan förklara deras inställning.

**Tabell 3: De största utmaningarna bland de skeptiska i framtiden även under optimala förhållanden.**

Vad anser du om påståendet idag? Är av samma åsikt

- 1 Restaurangens egenkontrollplan måste ändras om okontrollerat viltkött kommer in i köket
- 2 Det finns inte efterfrågan på inhemskt okontrollerat viltkött
- 3 Jag tror att man inte får sälja okontrollerat viltkött till restauranger
- 4 Jag tror att användning av okontrollerat finskt viltkött är en risk för restaurangens image.
- 5 Det är svårt att förutspå tillgänglighet av viltkött

Restaurangens typ eller hurdan mat de serverar för tillfället förklarar inte hur sannolikt det är att de skulle servera finskt viltkött i framtiden. Men, säsongrestauranger som inte har öppet hela året verkar i detta sampel höra till den grupp som är intresserade av att servera obesiktat finskt viltkött i framtiden. Bland dem som har öppet hela året finns både sådana som är intresserade och sådana som inte är det. Hindren verkar uppfattas som lika i de olika restaurangtyperna. Respondenterna karakteriserar sig själva som t.ex. grill, burger/smörgåsar, á la carte, fine dining, bistro samt catering. Kundbasen verkar också vara bred: från bebisar till pensionärer. Mat som serveras inkluderar frukost, lunch, middag och till och med kvällsmål på vissa ställen.

För att stöda en bättre anskaffningsprocessen av viltkött, skulle det viktigaste vara att informera om möjligheterna: att det är lagligt att sälja obesiktat viltkött till restauranger, hur egenkontrollplanen skall se ut, hur den kan ändras samt att samarbeta med hälsomyndigheterna. Det krävs mera kommunikation om vad reglerna innebär i praktiken och varifrån man kan köpa viltkött, speciellt för sådana som inte ännu har gjort det.

## 2.3 Kunskapsnivån i användning av obesiktat viltkött

Vi frågade vilken uppfattning respondenterna har om regelverk som påverkar användning av finskt viltkött idag. Vissa förklarade detaljerat innehållet i reglerna och andra konstaterade kort att de antar att de har uppdaterad information. Frågan avslöjade attityder som att reglerna är byråkratiska och att förståelsen av vad reglerna betyder är motstridiga:

*"Man kan köpa direkt från jägarna, jag vill dock ha dokument om vem som jagat och var djuret är skjutet"*

*"Hygienregler är strikta. Kylkedjan skall behållas. Djurläkaren kontrollerar."*

Några tyckte att försäljning är relativt fritt, men de flesta hade en negativ uppfattning av hur marknaden för tillfället regleras.

*"Regler försvårar användning."*

*"Tillgängligheten lider och det är långsammare att få kött levererat."*

*"Vi hör till den lokala jaktföreningen, men jag kan inte sälja köttet i restaurangen, därför att slaktutrymmet har inte officiellt blivit godkänt av hälsomyndigheterna även om byggnaden är ny och är byggd för det ändamålet samt köttet styckas av en professionell. Vad har fått myndigheterna att göra de här reglerna? Tyvärr har reglerna minskat användning av inhemskt viltkött och det enda sättet för restaurangen är att använda importerat kött."*

Det finns också missförstånd om vad man får göra och vad man inte får.

*"Om hälsomyndigheterna har kontrollerat, är det ok."*

*"Några säger att man kan köpa viltkött direkt från jägaren, andra säger att köttet åtminstone måste vara kontrollerat. Jag vet inte varifrån jag skulle kunna skaffa viltkött. Jag skulle gärna använda viltkött fast varje vecka."*

*"För strikta regler, man borde kunna köpa också direkt från jägarföreningar"*

*"Jag vet att man inte får köpa produkter direkt från alla som plockar svamp eller fiskar. Man får inte köpa skogsfåglar och älg och björn är också strikt reglerade."*

*"Vi kan inte ta emot viltkött direkt från jägarna, även om det ofta erbjuds."*

*”Jag vet verkligen ganska litet om regelverket, vad jag har talat med jägare tycker de att det är för jobbigt för att de skulle leverera viltkött för restaurangbranschen.”*

## 2.4 Förväntningar

Hurdana attityder finns det om kött i allmänhet? Har hållbarhet, och närproducerat kött redan blivit vardag, eller är det egentligen ett litet kundsegment som bryr sig? Frågan om förväntningar inkluderade 9 påståenden. Påståenden att a) köttet skall vara ekologiskt, b) etiskt och hållbart producerat laddades på samma faktor i faktoranalysen, dvs. de frågorna mätte samma sak. Därför räknade vi ut ett viktat medeltal av de variablerna för fortsatt analys som vi kallar ekologiskt, etiskt, hållbart producerat. De 7 faktorernas medeltal, min och max värden rapporteras i Tabell 4.

Tabell 4: Förväntningar på kött

Jag tycker att kött skall vara...

0= helt av annan åsikt, 100= helt av samma åsikt	Minimum	Maximum	Mean
smakligt	50,8	100,0	94,6
från ett känt ursprung i Finland	45,4	100,0	84,1
hälsosamt	3,1	99,2	76,7
närproducerat	3,9	100,0	68,0
ekologiskt, etiskt, hållbart producerat	3,3	81,6	59,1
förmånligt	10,4	100,0	58,2
levererat via en känd leverantör (brand)	1,9	99,6	29,5

Enligt tidigare forskning i matbranschen, varierar konsumenter i det hur mycket de uppskattar hälsosam och hållbart producerad mat samt hur priskänsliga de är (Verain et al. 2016). Vi kategoriserade också respondenterna i tre kluster på basen av hur de svarade på frågan: ”Jag tycker att kött skall vara...”. Det finns tre grupper som skiljer sig i sina attityder mot prisnivån av viltkött, ekologiskt, hållbart producerat, etisk och närproducerad mat samt om köttet skall vara levererat via en känd leverantör eller inte. Alla tre kluster vill ha kött som är smakligt, hälsosamt och från ett känt ursprung i Finland.

Tabell 5: Tre kluster

Kluster	A	B	C
	prismedvetna	mån om image	kvalitetsmedveten
Andel av respondenter i procent	38 %	22 %	40 %
förmånligt	74,0	58,8	43,2
närproducerat	42,3	84,7	82,0
ekologiskt, hållbart producerat, etiskt	31,7	51,6	49,9
från ett känt ursprung i Finland	67,6	94,7	93,6
levererat via en känd leverantör (brand)	27,4	64,1	13,4

### 2.4.1 Prismedvetna

Kluster A består av 38 % av respondenterna som vi kallar ”prismedvetna”. De uppskattar förmånligt kött från ett känt ursprung i Finland. För dem är en känd leverantör eller brand inte viktigt, dvs. de kunde köpa kött också direkt utan mellanhänder. De bryr sig inte om köttet är ekologiskt, hållbart eller etiskt

producerat eller om det är närproducerat. Därför kan det finnas risk att den här gruppen beställer viltkött från utlandet, om de får det förmånligare än i Finland.

#### 2.4.2 Mån om image

Kluster B består av 22 % av respondenterna. Den här lilla gruppen "mån om image" funderar också på prisnivån på köttet men uppskattar ändå närproducerat kött högre och de värderar ekologiskt, hållbart, och etiskt producerat kött högt. Men, de köper helst kött som är från en känd leverantör eller har ett känt brand. Därför är den här gruppen van vid att anlita traditionella leveranskanaler och köpa viltkött som har högre förädlingsgrad än köttet som levereras direkt från jaktföreningarna.

#### 2.4.3 Kvalitetsmedveten

Kluster C består av 40 % av respondenterna. Den största gruppen "kvalitetsmedvetna" har mest potential, eftersom de INTE tycker att kött borde vara levererat via en känd leverantör eller ha ett känt brand. De uppskattar närproducerat, ekologiskt, hållbart och etiskt producerat kött. De är inte heller priskänsliga. Nästa steg att förbättra tillgänglighet på viltkött kunde därför fokusera sig på att utveckla processer tillsammans med restauranger vars kunder är villiga att betala för kött av hög kvalitet som är närproducerat.

### 2.5 Sannolikhet att servera finskt viltkött i framtiden

Enkäten innehöll ett framtidsscenario, där leveransen av viltkött fungerar som en dröm:

*Föreställ dig detta framtidsscenario: Året är 2020 och det är lätt att köpa inhemskt viltkött (t.ex. älg, vitsvanshjort, hare, fåglar) och leveransen fungerar pålitligt och snabbt från skog till kök via så få mellanleverantörer som möjligt. Närproducerad mat och hållbar konsumtion är fortsättningsvis viktigt och användning av inhemskt viltkött understöds också av samhället.*

Hur sannolikt är det att ni serverar finskt viltkött åt kunderna i framtiden, om scenariot blir verklighet? 0= inte alls sannolikt...100= mycket sannolikt

I genomsnitt svarade respondenterna att sannolikheten är 78,5 på skalan 0–100. Svaren varierade mellan 10 och 100. Standardavvikelsen var 27. I fortsatt analys har vi i vissa frågor delat in respondenterna i två grupper, de som sannolikt *inte* kommer att servera viltkött (som svarade under 50) och de som sannolikt kommer att servera viltkött (som svarade mellan 50 och 100).

### 2.6 Hur ser en optimal leveransprocess ut för kvalitetsmedvetna?

I detta avsnitt svarar vi på forskningsfråga 2: Hur ser en fungerande leverans ut? Vi sammanfattar näst resultat från frågan där respondenterna fritt fick använda sin fantasi och med egna ord beskriva vardagliga situationer så som det ligger till just nu. Alla text svar finns med i bilagorna. Här sammanfattar vi "kvalitetsmedvetnas" åsikter, eftersom de verkar vara den bästa målgruppen för direktleverans av viltkött.

Figur 1: Enkätens tecknade serie. Fyll i text...



### 2.6.1 Planering

Anskaffningsprocessen börjar med en planeringsfas. Personen som planerar menyn tycker att viltkött ger ännu flera möjligheter att skapa variation och göra menyn mera lokal, mångsidig och årstidsenlig. Restaurangen vill satsa på en dyr råvara, förutsatt den är närproducerad, hälsosam och inhemsk. Det är någonting som särskiljer också restaurangen från andra. Deras kundkrets uppskattar närmat som är smaklig. Den som planerar menyn väljer råvaran t.ex. på basen av om maträtter väljs enligt pris eller innehåll. Den här gången blir det innehåll och upplevelse.

*"Dyrt blir det för gäster men troligen är de redo att betala för det är inte varje restaurang som har möjlighet att bjuda sådan meny."*

*"Puhdasta, hyvää suomalaista ruokaa. Mielellään tarjoaa asiakkaille ruokailuelämyksiä, joita muualla ei saa."*

### 2.6.2 Anskaffning

Hur och varifrån skulle kvalitetsmedvetna då vilja köpa viltkött i framtiden? Hur levereras viltköttet i deras drömvärld? Kvalitetsmedvetna som arketyper anser att ju lokalare desto bättre. De kan tom. hämta köttet själv från jägaren. Vissa tycker att det inte är någon skillnad hur köttet levereras, eftersom de själv har organiserat bra lager för köttet och gärna köper större mängder per gång om det påverkar prisnivån. Köttet kan vara packat i styckbitar i vakuum, eller komposterbara plastpåsar om de ännu inte är styckade. Huvudsaken att köttet kommer från en bekant jaktförening och de själva kan påverka hurdana delar de får eller hur köttet styckas. De skulle gärna tom. bli bjudna med på jakt, så att de kan köpa viltkött genast då det styckas. Några respondenter nämnde att de skulle vilja få köttet levererat direkt från jakten samt servera köttet under samma dag som den har jagats. Alla vet ej nödvändigtvis att köttet skall hänga mellan 2-5 dagar efter skjutning före det kan tillredas till mat. I drömvärlden skulle köttet alltså levereras till restaurangen samt serveras under samma dag vilket förutsätter att köttet levereras snabbt. Därför är det också väldigt viktigt att det inte blir lång transport. Formatet kan variera enligt efterfrågan: färskt / förbehandlat och packat i vakuum / djupfryst. Om köttet levereras i vakuum, kan det också levereras direkt till dörren, om det görs med en ekologisk elbil enligt kvalitetsmedvetnas värderingar.

*"Jag skulle personligen inte heller ha några problem med att hämta upp köttet själv från den som säljer för att på så sätt också undvika extrakostnader som tillkommer då flera mellanhänder är inblandade i produktionskedjan. Dessutom kan detta också ge en möjlighet att ha en närmare kontakt med den som säljer köttet"*

*"Haluan ostaa riistalihan suoraan teurastamolta. Vaadin että pystyn kertomaan mistä riista on peräisin, mielellään myös kuka riistan on metsästänyt ja teurastanut. Haluan myös pystyä vaikuttamaan pakkauskokoon, ruhon osaan ja ruhon paloitteluun."*



Orsaken till att de gärna vill vara i nära kontakt med jägarna är att de själva vill se och kunna vara övertygade om att det är fråga om finländskt kött, vem som har jagat det och varifrån köttet kommer. Då är det lättare att övertyga också kunderna.

### 2.6.3 Hantering, tillagning, servering

Eftersom köttet är dyrt, skall det tillredas väl. Optimalt skulle de "kvalitetsmedvetna" stycka köttet själv i restaurangköket, men alla har inte tid eller resurser för sådant. Viktigt är ändå att kocken får finare styckningsdelar, såsom filéer och stekar, och vid vissa tillfällen t.ex. stekar som kan rökas. Viltkött oftast serveras med kryddor och tilltugg som kan skaffas från naturen. Då blir smaken naturlig och lyfter fram viltköttets egen smak.

*"Köttet skulle hanteras enligt samma principer och krav som det andra köttet vi hanterar, beroende på styck del och kvantitet bestämmer vi hur vi skall tillreda det köttet vi har att tillgå personligen."*

*"Riista on herkkä raaka-aine, jossa on ominainen maku ja rakenne, jonka mukaan sitä tulisi käsitellä. Riistan valmistuksessa mennään raaka-aine edellä ja sitä kunnioittaen."*

### 2.6.4 Kundupplevelse

Respondenterna anser och tror att alla kunder inte är vana vid viltkött och kan bli avskräckta av att prova på något nytt. Därför behöver kunderna upplysning om produkten så som information om ursprung (t.ex. län eller kommun). Det vill säga viltkött som råvara behöver marknadsföras. Respondenterna anser att restaurangkundernas tröskel att prova något nytt kan sänkas, om serveringspersonalen är kunnig och kan berätta mera om att det är fråga om lokala råvaror. Kunden är i vardagliga situationer i restaurangen intresserad av varifrån köttet kommer, om det är lokalt. Kunderna förväntas vilja veta varifrån köttet kommer, vem som är skytten, vilka råvaror som är lokala och även hur de transporteras till restaurangen.

*"Vad skönt att ni har lokalt vilt på menyn, vi kom just precis för att kunna få en så här fin upplevelse. Har ni någon lokal jägare som levererar kött till er eller hur fungerar det här? – Jo vi har sedan ett par år redan haft en lokal jägare som nu har haft möjlighet att leverera direkt åt oss, så det funkar väldigt bra. Vi vet när han har fått djuren och han kan skära bitarna färdigt åt oss just som vi önskar."*

*"Onko ruoassa luita? Mistä raaka-aine on kotoisin? Ootko itse ampunut? Mistä riistanne tulee? Onko se varmasti lähituotantoa? Onko kotimaista? Onko tämä leimattu/ Onhan takuuvarmasti tarkastettu, kotimainen tuote? tai jos tuntee riistaa: Vain näin vähän vaihtoehtoja!"*

I optimalläget skulle respondenterna kommunicera åt kunder att köttet har jagats lokalt föregående helg och att det verkligen är färskt.

## 2.7 Hurdana tjänstemodeller/verksamhetsmodeller behövs det?

Den fjärde forskningsfrågan var: Hurdana tjänstemodeller/verksamhetsmodeller behövs? På basen av analysen kan följande tjänstemodeller skapas.

Leveranskedjan kunde bättre stöda aktiva "kvalitetsmedvetna" som är villiga att själva transportera viltkött för att få sådant kött som passar restaurangens ändamål i fine dining sammanhang. De fokuserar på erfarenheter, upplevelser och vill själv kunna uppleva och erbjuda sina kunder en historia om hur viltköttet har kommit till tallriken med i så mycket detalj som möjligt. Detta kräver nya processer i hur informationen

samlas, dokumenteras och kommuniceras. Även datasekretessregler samt jaktföreningarnas regler måste beaktas / förnyas då man planerar hurdan information och i vilken utsträckning i framtiden sparas och publiceras om till exempel vem som har jagat och var djuret har skjutits. Om det inte är möjligt att i större utsträckning involvera kockar i jakt och styckning i jaktföreningens egna processer, kunde man i varje fall ge flera alternativ i utbudet i form av olika storleks delar som erbjuds åt restauranger, inklusive t.ex. lår – någonting som de inte annars får. Därtill behövs det mera variation i hur köttet är packat. Restauranger vill själv bestämma om de vill ha köttet färskt/i vakuum/djupfryst för att kunna planera menyn enligt säsong och efterfrågan.

Ett problem ur restaurangens synvinkel är att det är svårt att förutspå tillgängligheten på viltkött. Om det kommer att finnas mera kött tillgängligt i framtiden, måste det marknadsföras så att det når målgruppen snabbt utan att det behövs frysas ner eller sättas i vakuumförpackning. Nya system och nätverk krävs för att förbättra dialog och kommunikation mellan restauranger, jaktlag, köttstyckare och restaurangkunder.

Om man vill utöka mängden av restauranger som använder viltkött i framtiden, kan man tänka sig att också leverera viltkött som ett prisvärt alternativ till sådana restauranger som inte bryr sig om köttet är närproducerat eller inte. Då kan köttet vara vakuumpackat och levererat via t.ex. en webbtjänst direkt till restauranger och också åt konsumenter. För tillfället brukar den här typen av ”prismedvetna” köpa allt från grossisten och är van vid att beställa per telefon eller webben. För både ”prismedvetna” och ”mån om image” verkar det vara viktigt att köttet är färdigt styckat till passliga bitar och lätt och snabbt att laga. Högre förädlingsgrad kan hjälpa den målgruppen att oftare tillreda vilt rätter. En ny tjänstemodell kan då vara t.ex. någonting som underlättar långtidsplanering med t.ex. en månatlig beställning av viltkött.

### **3. Sammandrag: Vad behöver ske för att leveransen ska löpa smidigt?**

Idag är läget ännu inte optimalt. Viltkött levereras inte snabbt och lätt från jägaren till restaurangen. Vad behöver då ske för att leveransen ska löpa smidigt? På basen av denna undersökning, som återger HoReCa aktörernas synpunkter, kan följande rekommendationer ges.

#### **3.1 Öka kunskapsnivån i HoReCa branschen och i jaktföreningar**

Det finns brister i kunskap om hur obesiktat viltkött kan användas i dag. Informationen om regelverken är otydliga och attityderna bland Horeca aktörerna motstridiga. Det krävs marknadsföring både bland jaktföreningar och restaurangpersonal för att öka kunskap om möjligheterna att sälja och använda viltkött samt i syfte att ändra attityder. Därtill behövs kunskap om kundernas preferenser gällande viltkött.

#### **3.2 Synliggör leveransprocessen och påvisa ursprunget**

Mera information om ursprung och förbehandling av viltkött behövs gällande:

- vilken jaktförening som har jagat och var djuret har skjutits.
- utrymmet där köttet har behandlats (hos jaktförening/livsmedelslokalen).
- hur köttet har förbehandlats.

Mera valmöjligheter med olika prisklass, kvalitetsnivå och leveranstid:

- soppkött/á la cartefilé
- färskt/djupfryst
- snabb leverans av mindre mängder/förutsägbar kontinuerlig leverans av djupfryst kött.

### 3.3 Skapa nya tjänste- och verksamhetsmodeller

- bättre information och översikt över tillgänglighet
- lättare planering av anskaffningar
- öka tillgänglighet av viltkött av hög kvalitet
- nätverk och tjänster som underlättar att utbud och efterfrågan möts i realtid och förkortar tiden från skogen till tallriken.

## 4. Praktiska implikationer av resultat och förslag till fortsatt forskning

Resultaten tyder på att marknaden för obesiktat viltkött i Finland måste omskapas, om mängden av viltkött ökar drastiskt i framtiden. I dagens läge fungerar marknaden inte friktionsfritt, utbud och efterfrågan möts inte optimalt. Det finns viltkött, men restaurangpersonalen uppfattar att jaktlagen inte tycker det är mödan värt att sälja köttet till restauranger p.g.a. regelverk. Därtill vet inte alla restaurangers inköpare varifrån man får obesiktat viltkött lokalt, eller så tycker de att det är för svårt att anskaffa. En del respondenter hävdade att brist på efterfrågan kan bero på att slutkunden inte är van vid viltköttets smak eller konsistens. Då marknaden omskapas, måste man förstå alla aktörernas praxis inklusive leverantör (jägaren), anskaffaren (inköpare), samt slutkunden (konsumenten) praxis – hur de agerar i vardagliga situationer. För att en förändring skall ske, måste olika aktörers praxis ha gemensamma kontaktpunkter i vardagen (Kjellberg och Helgesson 2006). För tillfället är den gemensamma kontaktpunkten hälsomyndigheten som granskar livsmedelslokalen. Intresse finns att skapa ytterligare kontaktpunkter och på basen av denna undersökning föreslår vi flera steg där det framförallt krävs samskapande i framtiden.

Regler och normer som används för att modifiera hur marknaden fungerar hänvisas i teori som normaliserande praxis (normalizing practice) (Kjellberg och Helgesson 2006). Regler fungerar inte alltid så bra som planerat i att skapa nya marknader på grund av att aktörer inte har resurser att följa reglerna eller att det är svårt att identifiera skillnader mellan olika alternativ. I det här fallet verkar det vara svårt för anskaffaren att särskilja skillnader i reglerna mellan obesiktat och besiktat finskt viltkött, samt skillnader i reglerna för färskt och djupfrys viltkött. En del anskaffare jämför finskt obesiktat viltkött med utländskt viltkött på basen av priset och tillgängligheten. Genom att köpa utländskt viltkött kan de kringgå att beakta det verk som har skapats för att säkerställa hygiennivån på närproducerat viltkött i Finland. En förändring kan stödas med regelverk och kommunikation, men det krävs också andra verktyg och nätverk som stöder en ny typ av interaktion mellan aktörer på marknaden (Kjellberg och Helgesson 2006).

Ett minimikrav för att samskapande mellan aktörer skulle fungera är information och transparens gällande styckning och förädling av viltkött. Restaurangpersonalen vill i framtiden ha mera information om viltkött för att kunna informera också sina restauranggäster. Framställningspraxis (representational practice) på marknader hänvisar till t.ex. statistik, och koder som används i livsmedelsbranschen för att stöda smidig anskaffningspraxis för råvaror (Kjellberg et al. 2006). Transparens i anskaffning av viltkött kunde stödas bättre av olika aktörer i framtiden med t.ex. standardiserade sätt att informera om köttet: var och när det har jagats, styckats, och förädlats.

För att säkerställa att marknaden fungerar skall också utbytespraxis (exchange practice) (Kjellberg och Helgesson 2006) stödas eller utvidgas hur leverans av andra råvaror till restauranger och caféer sköts. Respondenterna rapporterade olika preferenser för via vilka kanaler de skulle vilja köpa viltkött i framtiden. Det kan vara svårt att ändra vanor gällande beställning av varor för sådana som vill beställa allt via samma leverantör. Däremot var de som mest uppskattar obesiktat finskt viltkött beredda att aktivt själv ta del i processen som medaktörer. För att stöda deras strategi att erbjuda unika upplevelser borde också hela

leveransprocessen omformas. Enligt Kjellberg et al. (2009) ska nya sätt stöda gamla sätt för att den nya marknaden som skapas skall kunna blomstra. Men i dagens digitaliserad värld talar man ofta om hur man kan göra saker mera effektivt utan mellanhänder och samtidigt disruptivt ”spränger” den rådande affärslogiken. För att en ny snabb kanal för färskt obesiktat viltkött, utan traditionella grossister, skulle fungera lönsamt krävs det dock engagemang från flera aktörer på marknaden.

Restaurangpersonalen skulle vilja erbjuda smakupplevelser som inkluderar element från samma skog som köttet härstammar från. Därför föreslår vi fortsatt forskning i vilka andra varor som kunde levereras via samma kanaler som viltkött. Man kan tänka sig att utvidga nätverk av aktörer till t.ex. tillverkare av närproducerade drycker, grönsaker, frukter och bär, mejeriprodukter, osv. Utöver dessa traditionella råvaror finns det potentiella sammansättningar av tjänster och produkter som kunde gå att utveckla till nya tjänstekoncept som är värdebringande för olika kundsegment.

Kunde man också förmedla doft, ljud, social kontext och andra element som är viktiga i jakt samt restaurangupplevelsen? Restauranggäster som är ute efter upplevelser uppskattar enligt Upadhyays forskningsresultat (2009) nya erfarenheter, atmosfär samt en hedonisk upplevelse som sådan mera än maten. Upadhyay hittade också en kundgrupp som uppskattar skraddarsydda erfarenheter i restaurangen samt transparens kring tillredning av maten. Liknande restaurangsegment i vår undersökning uppskattar speciellt att de kan lita på att köttet är finländskt och styckat så som de själva vill ha det samt transparens av leveransen, så att de trovärdigt kan berätta en historia om viltkött för sina kunder. Därför föreslår vi också att nätverk som skapar lokal marknad för t.ex. vitsvanshjortskött-inkluderar aktörer från flera branscher inklusive transport, logistik, kommunikation, design, HoReCa och turism.

En disruptiv erfarenhet hur man konsumerar kött kan inkludera också nya sätt att lära sig om köttets ursprung eller konsistens samt njuta av stämningen t.ex. via inredning i restaurangen, skogsdoft, musik, digital media, VR (virtual reality). Därmed är även estetik och atmosfär en viktig värdeskapande faktor i tjänsteupplevelsen (Vilnai-Yavetz och Rafaeli, 2006; Ha och Jang 2010) där man bör beakta kundens preferenser, i kombination med lokala ”naturinslag”, då man designar nya tjänster. Atmosfären innefattar t.ex. design, musik, humör samt layout. Enligt tidigare forskning, varierar restaurangkundernas beteende enligt situationen och sällskapet man befinner sig i då man konsumerar restaurangtjänster (Craggs och Schofield 2009). Detta påvisar också betydelsen av ett holistiskt synsätt då man designar nya tjänster där obesiktat viltkött ingår som ett inslag. Kjellberg och Helgesson (2006) konstaterar sammanfattningsvis att aktörer på marknaden brukar definiera marknaden från sitt eget perspektiv och därmed se marknaden annorlunda än de andra aktörerna på marknaden. Aktörer påverkar med sitt eget beteende hur marknaden fungerar i framtiden. I situationer där man skapar en ny marknad (market shaping) är det viktigt att alla aktörers syn tas i betraktande.

Fortsatt forskning borde kartlägga också restauranggästernas åsikter om obesiktat finskt viltkött. Det skulle vara viktigt att skapa en djupare förståelse om vilka faktorer som potentiellt har en positiva inverkan, till fördel för obesiktat viltkött, vid kundens val av kött samt i vilka specifika situationer och under vilka omständigheter kunderna skulle föredra inhemskt viltkött framom annat kött, ifall det var tillgängligt. Därtill borde man undersöka varför vissa restauranggäster inte vill äta viltkött.

Jägarnas synpunkter är naturligtvis också ytterst viktiga: Hur kan och vill de utöka sin roll som förädlare och leverantörer av obesiktat finskt viltkött? Finns det skillnader mellan jaktföreningar? Vad är realistiskt och vad inte? Till exempel, även om restauranger skulle vilja ha sällsyntare delar så som inre organ, är det inte realistiskt. Idag säljs inre organ inte vidare utan de stannar med skytten. Därtill behövs mera konkret information om inköparens förväntningar av tillgänglighet. Hurdana mängder vill inköpare ha och vad är realistiskt att få? På basen av denna undersökning är de kvalitetsmedvetna största segment, men man borde ännu kartlägga mera detaljerad hurdana mängder viltkött de är beredda att inskaffa? Räcker det till att suga upp viltkött från marknaden eller borde framtida leveranskedjor stöda försäljning till alla

restaurangsegment via de kanaler som de är vana vid att använda för att minska tröskeln att ända inskaffningsrutiner? För att kunna planera detaljer krävs det också mera information om inom hurdan tidsram information behövs om tillgänglighet: under samma dag / 1-2 dagar / en vecka / en månad? Eftersom slaktkropparna ska hänga minst en vecka före styckning bör det finnas goda möjligheter att planera in styckning och få ut bra information om kommande tillgänglighet inom nära framtid. Men, det kanske behövs nya aktörer som fokuserar på att skapa nya tjänster som hjälper optimera leveransen och stöder det växande behovet av att kunna erbjuda närproducerade upplevelser (experience economy) . Det är viktigt att bättre förstå av vilka aktörer ett fungerande ekosystem som erbjuder närproducerade upplevelser kunde bestå och hur de nya och gamla aktörerna kan samverka både off-line och online.

Det är möjligt att det även behövs nya aktörer eller crowdsourcing som möjliggör prognostisering av utbud av viltkött. Till exempel i Lappland kan man idag via en mobilapplikation få information om eventuell risk att stöta på ren på vägen (Porokello). Kanske inköparen, enligt denna logik i framtiden kunde få besked på morgonen från jaktföreningen eller någon ny aktör i marknaden om viltkött är tillgängligt på eftermiddagen. I denna undersökning föreslogs leverans med hjälp av elbil från slakthuset till restaurangen som exempel på ny aktör som behövs i framtiden. Transparens i när och var viltkött har jagats borde också vara tydligare. Respondenter anser att transparens skulle skapa större efterfrågan för obesiktat viltkött och att det skulle stöda nya sätt att kommunicera om viltkött som råvara.

Fyrtiotre procent av respondenterna i denna undersökning var intresserade av vidareutbildning i användning av viltkött. Det finns således ett behov för utbildning i och anvisningar om hur viltkött skall tillredas.

## 5. Källförteckning

- Craggs, R. Schofield, P. (2009) Expenditure based segmentation and visitor profiling at The Quays in Salford, UK, *Tourism Economics*, 2009, 15 (1), 243–260.
- Fagerlund, A. (2016) Hantering av kött från frilevande vilt och leverans av köttet till försäljning. Eviras anvisning 16027/3/sv. Evira
- Fred, M: (2019) Nytt projekt ska utveckla möjligheterna kring jakt av vitsvanshjort, Online 2.1.2019 Novia: <https://www.novia.fi/forskning/fou-nyheter/nytt-projekt-ska-utveckla-mojligheterna-kring-jakt-av-vitsvanshjort>
- Ha J., Jang S.S. (2010), "Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment" *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 29 pp. 520–529.
- Kekkonen J, Wikström M, Brommer JE (2012) Heterozygosity in an Isolated Population of a Large Mammal Founded by Four Individuals Is Predicted by an Individual-Based Genetic Model. PLoS ONE 7(9): e43482. doi:10.1371/journal.pone.0043482
- Kjellberg H., Helgesson, C.-F. (2006) "Multiple versions of markets: Multiplicity and performativity in market practice", *Industrial Marketing Management*, Vol. 35 pp. 839–855.
- Kukko T, Pusenius J. (2018) Valkohänäpeurakanta talvella 2017-2018 [http://wordpress1.luke.fi/riistahavainnot-hirvielaimet/wp-content/uploads/sites/5/2018/03/Valkoh%C3%A4nt%C3%A4peurakanta-talvella-2017\\_2018.pdf](http://wordpress1.luke.fi/riistahavainnot-hirvielaimet/wp-content/uploads/sites/5/2018/03/Valkoh%C3%A4nt%C3%A4peurakanta-talvella-2017_2018.pdf)
- Körhämö J. (2019), "Höstens bytesmängd av vitsvanshjort betydligt större än tidigare" Online 18.1.2019 Viltcentralen <https://riista.fi/sv/hostens-bytesmangd-av-vitsvanshjort-betydligt-storre-an-tidigare/>
- Upadhyay Y., Singh S. K., Sharma D., (2009) "Consumers Preferences Towards Restaurants: Examining Their Homogeneity", *Advances in Consumer Research*, (Volume VIII), pp. 76-82.
- Verain M.C.D, Sijtsema, S.J. Antonides G. (2016) "Consumer segmentation based on food-category attribute importance: The relation with healthiness and sustainability perceptions", *Food Quality and Preference*, No. 48, pp. 99–106.
- Vilnai-Yavetz, I., & Rafaeli, A. (2006). "Aesthetics and Professionalism of Virtual Servicescapes". *Journal of Service Research*, 8(3), 245–259. <https://doi.org/10.1177/1094670505281665>

### Hemsidor

- Aitoja makuja-lehti, riistalihan suoramynti <http://www.aitojamakuja.fi/suoramynti/>  
**Förordningen om Livsmedelslokaler.** Eviras anvisning 16027/3/sv: <https://www.ruokavirasto.fi/yriitykset/elintarvikeala/teurastus/lihantarkastus/tarkastamaton-luonnonvarainen-riista/>
- Direktförsäljning av primärprodukter: [https://www.aitojamakuja.fi/suoramynti/esite\\_Aitoja\\_makuja\\_suoramynti\\_alkutuotanto\\_swe.pdf](https://www.aitojamakuja.fi/suoramynti/esite_Aitoja_makuja_suoramynti_alkutuotanto_swe.pdf)
- Porokello <https://www.porokello.fi/>
- Ruokavirasto (MAVI) Tarkastamaton luonnonvarainen liha <https://www.ruokavirasto.fi/yriitykset/elintarvikeala/teurastus/lihantarkastus/tarkastamaton-luonnonvarainen-riista/>
- Vitsvanshjortens populationsutveckling i Finland 1934-1965: doi:10.1371/journal.pone.0043482
- Vitsvanshjortens antal och utbredning 2017-2018: [http://wordpress1.luke.fi/riistahavainnot-hirvielaimet/wp-content/uploads/sites/5/2018/03/Valkoh%C3%A4nt%C3%A4peurakanta-talvella-2017\\_2018.pdf](http://wordpress1.luke.fi/riistahavainnot-hirvielaimet/wp-content/uploads/sites/5/2018/03/Valkoh%C3%A4nt%C3%A4peurakanta-talvella-2017_2018.pdf)

## Video

Information om försäljning av obesiktat viltkött <https://www.youtube.com/watch?v=iBXguNCKWOU>

## Bild

Skog: Sebastian Unrau / Unsplash

Figur 1: Minna Pura

## **6. Bilagor**

Bilaga 1: Bakgrundsinfo om restauranger och respondenter

Bilaga 2: Utmaningar

Bilaga 3: Vad tänker personen som planerar menyn med viltkött som råvara?

Bilaga 4: Drömliverans

Bilaga 5 : Hantering, tillagning och servering av viltkött i framtiden

Bilaga 6: Viltkött från restauranggästens perspektiv



## Bilaga 1: Bakgrundsinfo om restauranger och respondenter

Hur många anställda har ni?	Antal	%
0-4	28	44,4
5-9	17	27
10-19	10	15,9
20-49	6	9,5
100-249	2	3,2

Hur många månader per år är restaurangen öppen?	Antal	%
0-2	3	4,8
3-4	3	4,8
5-6	2	3,2
7-8	2	3,2
9-10	4	6,3
11-12	48	76,2
n/a	1	1,6

Hur många matgäster har ni i genomsnitt per dag?	Antal	%
under 50	22	34,9
50-99	13	20,6
100-499	17	27,0
500 eller mera	7	11,1
n/a	4	6,3

Kön av respondenten	Antal	%
man	31	49,2
kvinnor	20	31,7
annat / vill inte säga	12	19,0

Ålder av respondenten	Antal	%
under 30 år	3	4,8
30-39 år	8	12,7
40 - 49 år	21	33,3
50 - 59 år	12	19
60 eller över 60 år	7	11,1
n/a	12	19

Är du intresserad av vidareutbildning i viltkött användning?	Antal	%
ja, jag är intresserad	27	42,9
nej, jag har redan specialutbildning	14	22,2
nej, jag är inte intresserad att laga viltkött	2	3,2
vet inte	5	7,9
n/a	15	23,8

Hur ofta äter du själv måltider som innehåller viltkött i restaurang?	Antal	%
oftare än en gång i månaden	4	6,3
7-12 gånger per år	14	22,2
3-6 gånger per år	11	17,5
1-2 gånger per år	11	17,5
mera sällan än en gång per år	9	14,3
aldrig	1	1,6
n/a	13	20,6

## **Bilaga 2: Utmaningar**

**Enligt mig är det mest utmanande gällande användning av viltkött som råvara i restaurant att...**

### **Tillgänglighet för hög kvalitet kött i små mängder / i tillräckligt stora mängder**

vissa delar säljs snabbt, iallafall om man köpt 1/2 eller hela kroppar så finns det inte så många ex. filér

...få tillkomst till råvarorna samt de volymerna vi önskar.

Perus riistalihaa saatavilla helposti, mutta erikoisemmat ruhon osat kuten sydän, maksa jne haastellisia saada.

Että sitä ei saa

Det är svårt att få tag på och då det finns är kvantiteterna relativt små.

Lihan saatavuus suurissa määrin sekä esim hirven sydämen muiden erikoisempien osien saatavuus man får jämn kvalitet o tillräckligt mycket

sitä ei ole aina saatavilla

Että sitä saa huonosti

saatavuus

Saatavuus / hinta

Saatavuus ja jalostusaste

saatavuus on heikko tai vaihtelee eikä jalostusaste ole oikea

Saatavuus on vaikeaa

saatavuutta ei ole, Hinta on kallis ja jalostusaste tuotteelle on alhainen.

Sen saaminen on hankalaa.

sen saatavuus huonosti ennakoitavissa

sen virallinen saatavuus on tehty turhan vaikeaksi

Saada riistasta sekä lounas että ala carte tasoisia annoksia. Laatu ei saa kärsiä.

sitä on vaikea saada etenkin tuoreena.

### **Prisnivån**

få köpa för rimligt pris

Få ner priset på portionen så kunden köper det

Kallis hinta

Saada ihmiset maksamaan oikea hinta

Sen hinta on aika korkea lounashintoihin

Minun toimipaikassa hintataso on alhainen joten riistan hankinta kompastuu ainoastaan osto hintaan.

se on niin hinnakasta.

on kallista

Tähän asti kaikki on toiminut hyvin. Viimeiset 4vuotta. Haasteena voi joku kokea hinnan

### **Brister i hur kunden uppskattar viltkött**

Ihmiset eivät ole tottuneet sen makuun

Asiakas ei ymmärrä mitään sen päälle

Asiakas ei ymmärrä riistan ruhon osien maku ja rakenne eroja

Kaikki ei tykkää

Asiakkaita se ei kiinnosta, ainakaan lounaspaikassa. Hirvikeittoa on tarjottu yhtenä päivänä vuodessa

lihakeiton sijasta. 0-1 asiakasta syö sitä, loput jättesiiin. Saksanhirvestä tehty kermainen

riistakäristyspata pudottaa lounastajamäärän 300-> 70 asiakkaaseen. Teemme 2x vuodessa.

sillä ei ole minkäänlaista kysyntää.

### **Process**

Säilyvyys, ostorytmi, kylmäketju, käsittelytilat ja reseptiikka

### **Kockar måste utbildas**

Erilaisten säädöksiensä lisäksi haasteellista on se, että kokkeja tulee kouluttaa sen käsittelyyn. Suomalaisetkin kokit ovat vieraantuneet jonkin verran riistan käsittelystä. Löytää oikean hetken hauduttamiselle... osaamista puuttuu miten lihan jalostus monipuoliseksi tuotteeksi onnistuu

### **Leveranssvårigheter på grund av kontroll**

För jägaren tycks det vara för jobbigt att leverera oss större viltdjur till ex. hjortar, för det krävs för mycket kontroll av myndigheter. Med smådjur är det lättare och den får vi till restaurangen också. lihan oikea käsittely ennen keittiöön saapumista.

koko ruho tulisi käytetyksi

Metsästysseurojen vaatimukset ovat perseellään. Aikaisemmin seura sai valita tarkastukseen menevät ruhot ja tarkastuttaa ne, osan he pystyivät myös ottamaan ilman tarkastusta omaan käyttöön tai myymään suoraan kuluttajille. Nyt pitää olla hyväksytyt tilat jotta myynti onnistuu suoraan esim ravintolalle, tai ruho pitää toimittaa leikattavaksi laitokseen joka on hyväksytty elintarvikehuoneistoksi. Hintaan tulee yksi hinnoittelu tapahtuma lisää. Toinen suuri este riistan saatavuudelle Suomesta on ettei suomalaiset metsästysseurat ole valmiita myymään riistaa vaan sullovat sen omiin pakkasiin pahanpäivän varalle, ja sitten heittävät roskikseen vanhemmasta päästä. Riistaa on pakko tuoda ulkomailta, vaikka esim kaatomäärät hirvessä ovat seuraavat vertailussa esim suomi-viro, suomi 75000 hirveä, Viro 5000 hirveä. Silti Virolaista hirvenlihaa on helpompi saada ostetua.

### **Oklar information**

informaatio on epäselvää

Mistä saa esikäsiteltyinä ja hygieenisesti käsiteltyä lihaa, muualta kuin siihen erikoistuneesta tukusta. Nyt sitä ei saa tarjoilla ilman terveystarkastajan tms lupia eli ostettua täältä suoraan.

### Bilaga 3: Vad tänker personen som planerar menyn med viltkött som råvara?

#### Prismedvetna

Dyrt o svårt att få tag på!  
Hu får ja ner priset på portionen så dem passar vår restaurang  
Ai hirvi.... pannaanpa paisti muhimaan  
Kallista,kallista  
makua ja hintaa  
Mitenköhän saisin peuraa ostettua, jotta saisin sen listalle mukaan.  
Onkohan liian kallista käyttää riistaa  
Onpa kallista.  
Peuraa  
riistaliha on 'parempaa' lihaa  
Riistanliha on herkullista ja terveellistä lihaa  
Saatavuutta, hintaa, pakkauskokoa ja jalostusastetta.  
taitaa olla kallista

#### mån om image

Om jag skulle planera menyn nu så skulle det bli fågel, älg och hjort.  
Var ska jag få bra viltkött?  
mahtavaa, jälleen saatavilla helposti riistaa, sitä siis mukaan  
Mistä ja hinta  
nam herkkua  
Nyt täytyisi keksiä houkutteleva lay out listalle, että huippuraaka-aineet tulee hyvin esille.  
Näin elokuun lopulla syödään sorsaa ja fasaania. Syyskuun alusta saadaan jänistä. Hirven, kauriin ja peuran kanssa täytyykin odottaa lokakuulle, että on ehtinyt riippua tarpeeksi. Mutta niiden maksanhan voikin tarjota vaikka heti.  
vastuullista, sesonginmukaista  
Voi että olis kiva laittaa kotimaista riistaa listalle

#### kvalitetsmedvetna

Utmärkt bra att vi har fått lokalt viltkött att använda i vårt meny. Dyrt blir det för gäster men troligen är de redo att betala för den är inte varje restaurang som har möjlighet att bjuda sådant meny. att detta ger ännu flera möjligheter att skapa variation och göra menyerna ännu mera lokala godheter mångsidiga och årstidsenliga.  
Kallis raaka-aine, arvokas  
Kallista raaka-ainetta mutta ekologista. Käsiteltävä siis hyvin.  
Kiinnostavaa. Tavallisuudesta poikkeavaa. Panostamme tähän.  
kotimaista ja terveellistä  
Läheltä ja maukasta  
Mistä saisi  
Mistähän sitä saisi, varmasti kallista, mutta asiakkaat pitäisivät  
Monipuolinen  
Monipuolinen raaka-aine  
Puhdasta, hyvää suomalaista ruokaa. Mielellään tarjoaa asiakkaille ruokailuelämyksiä, joita muualla ei saa.  
Suunnittelenko ruokalistan sisältö- vai hintakärjellä?

## Bilaga 4: Drömleverans

**Föreställ dig att allt är möjligt i framtiden. Fyll i text: Hur och varifrån skulle du vilja köpa viltkött i framtiden? Hur levereras viltköttet i din drömvärld?**

### prismedvetna

Från små slakterier typ Viltgården Ingå eller västankvarn Får oxo från Kespro för tillfället

Asiantutevalta lihaliikkeeltä mistä hänkin nytkin heikin liha

kespro

Käyttämästäni tukusta, noutaisin itse.

Lihatukku toimittaisi sopivan kokoisina paloina ja saatavuus oli taattu myös monien satojen hlö tilaisuuksiin

lähiruokatukku jossa alueen lähiruokaa saa keskitetysti

Paikoista jossa itse metsästän. Voisin tuoda lihat mukanani ravintolaan ja valmistaa asiakkaiden iloksi jotain minkä todella tiedän kävelleen hetki sitten.

Päivittäis tukkurin kautta,1-2 pv viivellä max,toimipaikan ovelle, putsattuna ja pilkottuna.

Samoin kuormissa kuin muutkin

Sen toisi ammattikäsittelijä. Ei metsästäjä . Juntit ei osaa leikata lihaa ravintoloille. Ne syö sen brutaalisti. Tästä johtuen sen hinta nousisi kuitenkin koska välikäsiä tarvittaisiin. Samoin arvo-osien saanti ei olisi kuitenkaan taattu.

Suoraan keittiöön metsästäjältä

Suoraan metsästys seuroilta.

Suoraan metsästäjiltä. Ilmoitus heiltä mitä ja mihin hintaan saatavilla. Toimitus ravintolaan.

tukusta

tukusta mistä muutkin elintarvikkeet meille tulee.

web-pohjainen sivusto johon metsästäjät ja muut riistalihan tarjoajat voivat listata tuotteet, ravintolat ja

kuluttajat voivat tilata sivuston kautta

### mån om image

Det skall komma direkt från jägaren.

Direkt från jägaren

Lähialueen metsästysseuroilta. Voisi tulla valmiiksi leikattuna lähialueen lihanleikkaamosta.

No vittu laitetaan! Soitanpa puhelun! Ja seuraavana päivänä liha on tiskissä toimitettuna! Ai että!

Normaali oloissa vain tarkasteetua lihaa

olemassaolevien toimituskanavien kautta, etteivät ovella käyvät autot lisäänty

riistalihaa keittiön ovelle puhelinsoitolla, ihan mahtavaa

Suoraan lihan käsittelijältä. Kuka ikinä sen sitten olisikin pilkkonut jne.

Suoraan metsästäjältä, jonka tunnen. Ja osan metsästää itse.

Tutuilta metsästäjiltä suoraan keittiöön

### kvalitetsmedvetna

Hält från Åboland och ju lokalare desto bättre, jag skulle personligen inte heller ha några problem med att hämta upp köttet själv från den som säljer för att på så sätt också undvika extrakostnader som tillkommer då flera mellanhänder är inblandade i produktionskedjan. Dessutom kan detta också ge en möjlighet att ha en närmare kontakt med den som säljer köttet, vilket ger möjlighet att ha flera sp

Så nära ifrån som möjligt, såväl inpackat ( ex styckbitar i vakuum), andra stora delar inpackade i kompostbara plastpåsar om man styckar själv. Levereras med el bil

Viltkött kan jag köpa direkt från jägaren, för de kan frysas sina fångst och sälja större mängder på gång. Vi är van vid att köpa större mängder på gång och har organiserad bra lager för att lagra köttet. Naturligtvis det skulle vara bättre om det fanns någon mellanhand som skulle samlas allt viltkött till deras lager och sälja oss bara vad vi behöver på gång, men tror att det blir för dyrt då.

Eläinlääkärin tarkastamaa ja jahtiseuralta suoraan

Haluan ostaa riistalihan suoraan teurastamolta. Vaadin että pystyn kertomaan mistä riista on peräisin, mielellään myös kuka riistan on metsästänyt ja teurastanut. Haluan myös pystyä vaikuttamaan pakkauskokoon, ruhon osaan ja ruhon paloitteluun.

hirviporukka kutsuu jahtiin ja paloitteluun ja siellä ostan lihat. Sama erotuksissa. Metsästäjät voisivat myydä tuotteitaan esim. facebook "kirppiksellä"

Ostaisin paikallisilta metsästäjiltä riistan suoraan. Voisin seistä sen takana, että se on varmasti suomalaista ja lappilaista. Metsästäjä toisi lihan suoraan metsästä ravintolalle pyynnin jälkeen. Asiakkaalle voisi parhaillaan tarjoilla samana päivänä pyydettyä riistaa.

Paikallisilta metsästäjiltä

Suoraan metsästysseuralta

Suoraan metsästäjältä ravintolalle **ILMAN VÄLIKÄSIÄ JA PITKIÄ KULJETUKSIA!**

Toimiikohan logistiikka ja kylmäketju?

Tukkuliikkeen kuormassa

Tutulta metsästäjiltä, vakuumiin pakattuna jossa lihat siistitty esivalmiiksi. Pakasteena kysynnän mukaan.

Vacumoituna suoraan kotiovelle

## Bilaga 5 : Hantering, tillagning och servering av viltkött i framtiden

Fyll i text: Hur hanterar man viltkött? Vad drömmer kocken om gällande tillagning av viltkött och hur maten serveras?

Täydennä kokin ajatuksia: Miten riistaa käsitellään? Mitä hän unelmoi riistanlihan valmistukseen ja tarjoiluun liittyen?

### prismedvetna

väldigt enkelt o tacksamt att tillreda vilt!

Helt som oxen t.ex Medium eller övermört mm

Aivan mahtaa saan laittaa riistasta ruokaa vihdoinkin. Taidan ottaa ihan reseptin auki jostain hyvästä annoksesta, koska nyt on sen verran arvostettu ja kallis raaka-aine.

kerrankin tuoretta lintua

Kokki unelmoi valmiiksi käsitellystä lihasta. Kaupallisuus on otettava huomioon. Ravintolan pito ei ole harrastus vaan hikistä liiketoimintaa.

Nopeasti pinta kiinni ja uunissa loppuun kypsennys

Pakkauksesta pannulle tai pataan joko mediumina tai hyvin haudutettuna esille.

Riista on jo hyvin käsitelty ravintolaan toimitettaessa jotta aikaa ei kulu esim pilkkomiseen/ kalvojen poistoon jne.

riistalihaa tulee kypsyttää hieman pidempään kuin massatuotanto-lihaa mutta on se sen arvoista!

Riistan oma vahva maku pitää säilyttää, herätellä mainioilla mausteilla.

Tuote olisi asiakkaan laatuksivauksen mukainen.

valmiiksi leikattua ja näyttävää

### mån om image

Jag har själv styckat denna hjort och äntligen får jag steka den

Helvetin hienoa valmistaa kohtuuhintaista kotimaista riistalihaa ja tarjota sitä asiakkaalle eikä alkuperää tarvitse hävetä

kiva tällainen valmiiksi paloitettu liha, siitä vaan melkein suoraan metsästä pannulle. No ei se pakastettukaan huonoa ole.

Koko eläimen ruhon voi käyttää, valitsee vain ruokalajin ruhonosan mukaan. Ihanaa kun ihmiset arvostavat maukkaita pitkää kypsytysaikaa vaativia ruhon osia, eikä enää vaadita vain filettä ja paistia.

Nyt on oltava tarkka, että en kypsennä liikaa tai liian vähän. Myös maustamisen on osuttava nappiin, ettei lihan oma maku peity kokonaan mausteisiin, muttei maku jää myöskään liian kuivaksi.

Selkeätä ruokaa, turha kikkailu pois

Tarkastettu lika ravintolaan sopivissa annospakkauksia suoraan pannulle Poikkeusoloissa suoraan metsästä pataan

toivottavasti saan lihan siinä jalostusasteessa kuin tarvitsen

### kvalitetsmedvetna

I drömvärld skulle man ha tid att skära kött själv i restaurangen, men det tror jag aldrig kommer att hända i framtiden. Helst just nu köper vi vissa delar av krop skönt skuren och färdigt packad till passliga storlek förpackningar. Asiakas saa hyvää laadukasta lihaa, luonnossa kasvanutta.

Köttet skulle hanteras enligt samma principer och krav som det andra köttet vi hanterar, beroende på styckdel och kvantitet bestämmer vi hur vi skall tillreda det köttet vi har att tillgå personligen.

sous vide, eller övermört, med lokala odlade grönsaker etc

intresserar finare styckdelar mig, såsom filer och stekar men vid vissa tillfällen kan även tex, lår rökas

luonnollista ruokaa luonnosta, luomua, lähiruokaa parhaimmillaan

Luonnosta saatavia lisukkeita ja mausteita

Maut mahdollisimman puhtaina ja korostaen riistan omaa makua. Suomalainen riista on puhdasta ja hyvää, joten se ei kaippaa suurta määrää maustetta, vain sen ominaismakua voi tuoda maustamisella esiin.

Tarkoituksena olisi tuoda lautaselle mahdollisimman suomalainen herkkuateria.

nyt tulee parhaat riekon rinnat

Pitkään kypsennetty riista.. kuka keitetyn paistaa makian maistaa

Riista on herkkä raaka-aine, jossa on ominainen maku ja rakenne, jonka mukaan sitä tulisi käsitellä. Riistan valmistuksessa mennään raaka-aine edellä ja sitä kunnioittaen.



Riista tulee olla oikein teurastettu ja riiputettu sekä paloitetu ennen pakkausta. Sisäelimet ja ruhon halvat osat (luut, maksa, kieli) tulee olla myös saatavilla liemien, pateiden ja sylttyjen raaka-aineiksi sopivan kokoisissa pakauksissa. Keittöt ovat pieniä eikä niissä pysytä käsittelemään isoja ruhonosia.

Saa itse riiputtaa ja raakakypsentää

Valmiiksi raakakypsytettyjä paloja

Voi, kun olisi toimiva ja testattu reseptiikka sekä asiakkaan toivomus siitä, millaisia riistaruoikia hän haluaa

## Bilaga 6: Viltkött från restaurangästens perspektiv

Fyll i text: Vad frågar kunden / Vad kommenterar kunden om vilt på menyn?

Mitä asiakas kysyy / kommentoi riistasta ruokalistalla?

### pris jägare

Varifrån kommer de?

Alkuperä

Kaikkia kolme vaihtoehtoa. Hyi riistaa, en tykkää Wau!! Täältä sa riistaa myös, mutta nauti on sen verran halvempaa että otan sitä, kiitos Aivan mielettömät, listallanne on riistaa, otan ehdottomasti sitä.

koska tämä on pyydetty

Mielenkiintoinen lisä perusruokalistaan - ostaa varmasti sitä.

Mistä tämä hirvi on pyydetty.

Mistä tämä on metsästetty. onko se tarkastettua.

Mitä riistaa ja mistä toimitettua riistaa teillä on tarjolla?

oi, hirvikäristystä

Olipas herkullista, miten olikin niin mehevää....

Onko kotimaista

onko liha hyvää ja turvallista syötäväksi?

Onko se kotimaista, onko siinä hauleja, maistuuko se maksalle.

spännande intressant

### image jägare

Var kommer denna älg ifrån?

Jaaha onko tämä kotimaista?

Mistä hirven liha tulee teille?

Mistä riista on peräisin? voisin vastata kuka on pyytänyt ja mistä

oliko liha lähialueelta

Onhan tämä varmasti paikallisen metsästäjän saalista?

Onko liha kotimaista? Minkä lihaa se on?

Onko liha lähialueelta/paikallisesta metsästysseurasta? Mukavaa että teillä on käytetty vaihtelevasti eri riistalaatuja

riistaa, tästä lähimetsästä, tottakai sitä

### filé jägare

Vad skönt att ni har lokalt vilt på menyn, vi kom just precis därför för att kunna upleva så här fint upplevelse. Har ni någon lokalt jägaren som levererar kött för er eller hur fungerar det här? Jo vi har haft för ett par år redan en lokalt jägaren som nu har haft möjlighet att leverera direkt åt oss så det funkar väldigt bra. Vi vet när han har fått djuren och han kan skära bitarna färdigt för oss just som vi önskar.

Min erfarenhet är att relativt många kunder inte har så stor erfarenhet av viltkött vilket förvånande nog kan avskräcka dem från att prova något nytt. Men med kunskap och vetskap om produkten hos serveringspersonalen tror jag att man kan sänka tröskeln, dessutom är vetskapen om att det är lokala råvaror ett mycket stort plus har jag märkt.

Hieno, että tarjoatte riistaa!!

jos ei tiedä riistasta todennäköisesti kysyy "onko tämä leimattu". Jos tuntee riistan on ylen onnellinen kunden är säker intresserad om varifrån vilt kommer är det lokalt mm, dom är nöjda och lyckliga om man nberätta varifrån köttet kommer och som bonus vem som är skytten, vilka råvaror som är lokala och även hur den transporteras ill restaurangen

Millaista on rämemajavapata? Onko ruoassa luita? Mistä raaka-aine on kotoisin?

Mistä riistanne tulee? Onko se varmasti lähituotantoa. Kyllä, riista tulee Lapista ja metsästäjä itseasiassa toimitti lihat meille pari päivää sitten, joten tuoretta tavaraa löytyy.

Onhan takuuvarmasti tarkastettu, kotimainen tuote?

Onko kotimaista

Ootko itse ampunut

Tuleeko riista tästä läheltä?

Vain näin vähän vaihtoehtoja

Valitettavasti Suomessa on hirvenlihan maine pilattu monessa paikassa Saksanhirvellä, joka on peuraakin huonompi liha.

Viikonloppuna pyydettyä

YRKESHÖGSKOLAN  
**NOVIA**

Yrkeshögskolan Novia har ca 3500 studerande och personalstyrkan uppgår till ca 390 personer. Novia är den största svenskspråkiga yrkeshögskolan i Finland som har examensinriktad ungdoms- och vuxenutbildning, utbildning som leder till högre yrkeshögskoleexamen samt fortbildning och specialiseringsutbildning. Novia har utbildningsverksamhet i Vasa, Jakobstad, Raseborg och Åbo.

Yrkeshögskolan Novia är en internationell yrkeshögskola, via samarbetsavtal utomlands och internationalisering på hemmaplan. Novias styrka ligger i närvaron och nätverket i hela Svenskfinland.

Novia representerar med sitt breda utbildningsutbud de flesta samhällssektorer. Det är få organisationer som kan uppvisa en sådan kompetensmässig och geografisk täckning. Högklassiga och moderna utbildningsprogram ger studerande en bra plattform för sina framtida yrkeskarriärer.

Yrkeshögskolan Novia  
Wolffskavägen 33, 65100 Vasa, Finland  
Tfn +358 (0)6 328 5000 (växel),  
[www.novia.fi](http://www.novia.fi)

Ansökningsbyrån  
PB 6, 65201 Vasa, Finland  
Tfn +358 (0)6 328 5555  
[ansokningsbyran@novia.fi](mailto:ansokningsbyran@novia.fi)

Yrkeshögskolan Novia upprätthåller en publikations- och produktionsserie för att sprida information och kunskap om verksamheten såväl regionalt, nationellt som internationellt.

Publikations- och produktionsserien är indelad i fem kategorier:

R - Rapporter • P - Produktioner • A - Artiklar • L - Läromedel • S - Studerandes arbete

Läs våra senaste publikationer på [www.novia.fi/FoU/publikation-och-produktion](http://www.novia.fi/FoU/publikation-och-produktion)

ISBN 978-952-7048-57-3  
ISSN 1799-4179