

# Svinsmart företagarhandbok

Öka lönsamheten i din vilthantering



Länsstyrelserna

# Innehåll

Vildsvin som resurs – hur kan vi utveckla affärerna tillsammans? ....	3
Skjut snyggt – från skog till bord.....	4
Öka intäkterna – sälj till offentliga kök.....	5
Efterfrågan på vildsvin är stark .....	6
Optimera ditt erbjudande.....	8
Digital marknadsföring är billig och når många .....	10
Hitta dina målgrupper .....	11
Rätt budskap för rätt målgrupp.....	12
Minska kostnaderna för avfall .....	13
Skapa din affärsplan .....	14
Handlingsplan för att nå dina affärsmål.....	15

Titel: Svinsmart företagehandbok – öka lönsamheten i din vilthantering

Utgivare: Länsstyrelsen Kronoberg, Kungsgatan 8, 351 86 Växjö

Växel: 010-223 70 00

E-post: kronoberg@lansstyrelsen.se

Diarienummer: 604-6398-2024

Bild & text: Ulf Larsson, Anna Gilius, Aida Ramic,  
Elisabet Wigholm, Minna Larsson

Fotografier och illustrationer: Svenskt Vildsvinskött,  
Länsstyrelsen i Kronoberg, Mostphotos, Unsplash,  
Pixabay, Pickit, Hygns vilt, Siri Larsson

Ikoner: Noun project

Tryck:



Europeiska jordbruksfonden  
för landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden

# Vildsvin som resurs – hur kan vi utveckla affärerna tillsammans?



För att mer vildsvinskött ska nå konsumenterna behövs samverkan i hela kedjan – från skog till bord. Att förstå kundernas behov och dina affärspartners förutsättningar är en nyckel till fler affärer.

Den här handboken är baserad på erfarenheter från mötet mellan företagare i vildsvinskedjan och erfarna affärsutvecklare. I den kommer du att hitta konkreta tips kring hur du kan jobba med bland annat marknadsföring, upphandling och kostnadsminskning. Att samverka med jägare, kunder och mellan godkända vilthanteringsanläggningar har ofta visat sig vara en viktig framgångsfaktor. Vi hoppas att handboken kommer att ge dig inspiration och nya idéer kring hur du kan utveckla företaget och skapa nya affärer.

## Med passion för matlagning och kvalitetskött

I reportaget om Hygns vilt möter vi Karin som berättar om hur de har jobbat för att få upp efterfrågan på vildsvinskött och hur de säkrar tillgången på råvara när efterfrågan överstiger deras produktion.

Läs mer om Hygns vilt på sidan 6.



## Skjut snyggt – från skog till bord

Vildsvin är inte bara ett gott livsmedel med höga näringsvärden. Det är också ett klimatsmart kött från djur som levt fria och naturliga liv. För att vildsvin ska bli ett bra livsmedel behövs god hantering i hela kedjan och det börjar redan när djuret fälls. Att vilthanteringsanläggningar berättar för jägarna vad de förväntar sig och ger tips kring hanteringen av djuret kan hjälpa till att höja kvaliteten på det inlämnade köttet.

Redan valet av ammunition, plats och utetemperatur påverkar om djuret kommer att bli ett bra livsmedel som vilthanteringsanläggningar vill ta emot. Att jakten bedrivs på ett etiskt sätt påverkar också köttkvaliteten.

Större galtar tas ofta inte emot av vilthanteringsanläggningarna och bör heller inte säljas direkt till konsument eftersom det finns risk för galtsmak som de flesta inte tycker om.

Vildsvin är ofta utsatta för bakterier och kräver därför extra noggrannhet vid urtagning. Om vildsvinet skjuts vid en åtelplats bör det transporteras till en renare plats innan det öppnas. Att hänga upp vildsvinet ger en enklare och mer hygienisk hantering.

Att jägaren tar med sig ett hygienkit med bland annat engångshandskar, desinfektionsservetter, rena och vassa knivar och klämmor rekommenderas för att hålla köttet rent. När djurkroppen är öppnad ska den hanteras som vilket färskt livsmedel som helst. Rent, skyddat och med snabb transport till kylrum. Vildsvin som inte är undersökta av en utbildad viltundersökare ska levereras ihop med de röda organen till vilthanteringsanläggningen.

Förenkla för jägarna genom att presentera information om jakt och hantering, samt praktiska uppgifter som öppettider, adress och annat som kan vara till nytta på vilthanteringsanläggningens webbplats.



## Öka intäkterna – sälj till offentliga kök

Nästan 40 ton vildsvinskött upphandlades av kommuner och regioner under 2022. Av Sveriges 290 kommuner köpte 78 kommuner in vildsvinskött. Det finns en önskan hos många kommuner om att upphandla mer närproducerad mat och mer viltkött. Även sett ur ett beredskapsperspektiv är det bra att viltkedjan hålls igång och fungerar. Att vilthanteringsanläggningar och offentliga organisationer pratar med varandra är viktigt för att öka efterfrågan och att lyckas med den gemensamma målsättningen att servera mer vilt i de offentliga köken.

### Förslag på aktiviteter

- Bjud in kockar från kommunerna på studiebesök. Diskutera vilka produkter och recept som lämpar sig bäst i deras verksamhet.
- Prata med kommunerna om nya produkter. Är de t.ex. intresserade av att köpa viltbuljong?
- Diskutera varandras behov. Storlek på förpackningar, leveranstid, årshjulet, fryst eller färskt osv.
- Delta i skolprojekt där barnen är involverade. Studiebesök, vilt i skolmatsalen och gemensam produktutveckling är exempel på aktiviteter.
- Anmäl din vilthanteringsanläggning till kommuners dynamiska inköpssystem (DIS). Det är en upphandlingsform som är mer flexibel och bättre anpassad för mindre företag.
- Skapa utbildningar för kockar och kökspersonal om hur man hanterar och tillagar vildsvinskött. Fokusera på recept och teknik för att maximera smak och kvalitet.
- Erbjud receptsamlingar och produkter som inkluderar vildsvinskött anpassade till skol- och äldreomsorgens menyer, exempelvis korv med mild smak för barn eller pölsa för äldre.



## REPORTAGE

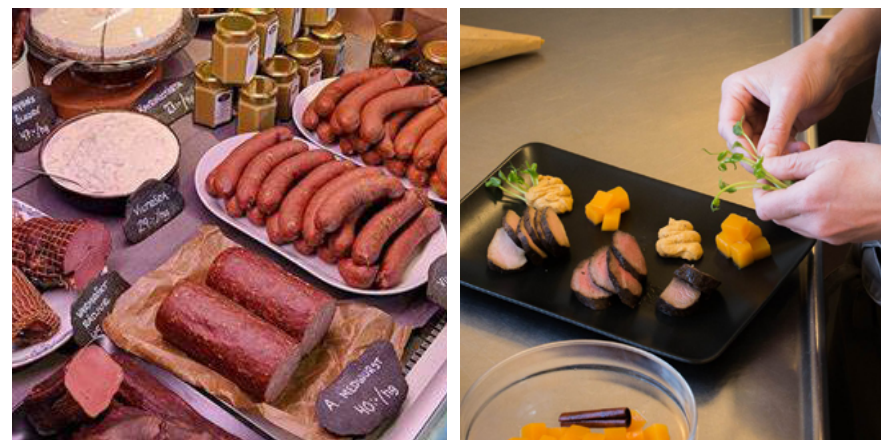
# Efterfrågan på vildsvin är stark

Hos Hygns vilt, söder om Kristinehamn, säljer de mer vildsvinskött än någonsin. Efter att i många år ha jobbat med att öka kundernas efterfrågan behöver de nu fokusera på att få in mer råvara.

- När vi för många år sedan märkte att det gick trögt att sälja vildsvin direkt till kunderna, började vi jobba med restauranger istället. På så vis fick kunderna prova vällagade rätter och lärde sig att vildsvin är gott, säger Karin Höglund som äger Hygns vilt.

Karin har ett stort intresse för matlagning och att lära kunderna hur de ska tillaga köttet har varit en nyckelfaktor för försäljningen. Genom att servera luncher i den egna gårdsbutiken, bedriva cateringverksamhet och att erbjuda smakprover i butiken och på marknader har Hygns vilt fått upp kundintresset för vildsvinskött. Konkreta tips om tillagningssätt och att erbjuda recept har hjälpt kunderna att komma över tröskeln och våga prova.

- Många kunder har varit skeptiska till vildsvin. De behöver få smaka på det för att förstå vilket fint kött det är. Vi är väldigt noga med att bara ta in grisar av bra kvalitet och lägger mycket kärlek på tillagningen.



*”Vi vill göra det enkelt att samarbeta, att jobba närmare restauranger och jägare har gett resultat.”*

För att möta efterfrågan behöver Hygns vilt nu få in mer råvara från jägarna. Med dygnetruntöppen inlämning, nya fina lokaler och tydliga instruktioner på webben och vid inlämningen finns goda förutsättningar på plats.

I samband med en workshop som hölls på gården har jägare också fått möjlighet att göra studiediebesök i vilthanteringsanläggningen. Att få höra om rutinerna vid inlämning och få se platsen med egna ögon kan sänka tröskeln för dem som är osäkra på hur inlämning av vilt går till.

Nästa steg blir att arrangera en utbildning i livsmedelshygien för jägare – från skott till inlämning. På så vis kan förhoppningsvis också kvaliteten på de inlämnade djuren öka. Många jägare är duktiga på livsmedelshygien, men att höja nivån för dem med lägre kunskaper skulle medföra minskat svinn och att färre djur behöver kasseras.

Tankar finns även på att arrangera en skytteutbildning tillsammans med något av jägarförbunden. Ett bra skott ger mindre bortfall och är en win-win för både jägare och vilthanteringsanläggningen. ■

# Optimera ditt erbjudande

För att öka försäljningen av vildsvinskött är det viktigt att förstå både konsumenternas och det egna företagets behov, drivkrafter och värderingar.

## Vision, målgrupper och värderingar

- "The power of the why"- varför ett företag finns – är grunden i företagets marknadsföring. Där finns berättelsen som kan förmedlas till kunderna för att bygga ett engagemang och en trogen kundgrupp. Att tydligt formulera en vision – varför företaget finns och vilken nytta det skapar – är det första steget och grunden i att bygga en effektiv marknadsföring. Visionen bör vara kort, minnesvärd och motiverande.
- Identifiera företagets värdeord. Involvera medarbetare, ledning och andra intressenter i processen för att få olika perspektiv och skapa gemenskap. De värdeord som väljs ska genomsyra all kommunikation – hemsida, marknadsstånd, inredning och produktval i butik, bilder och text.
- Prata med kunderna för att förstå vilka de är, vilka behov och värderingar de har samt varför de valt dina varor och tjänster. Fundera på om det går att dela upp dem i olika kategorier så att det blir lättare att rikta era budskap. Olika budskap och kanaler passar för olika kundgrupper.
- Utifrån företagets värderingar och erbjudande – finns det kunder som du idag inte når, men som borde vara en bra matchning? Prata med dem för att förstå varför du inte når dem idag.
- Har dina kunder olika behov under olika delar av året? Testa dina idéer och marknadsföringsmaterial på tänkbara kunder. Samverka med dem i skapandet av nya produkter och upplevelser.
- Att äta vildsvinskött stödjer flera av FN:s globala mål. Lyft fram det i marknadsföringen.



## Kunder nås på många sätt

**Butikens utformning:** Skapa en inbjudande atmosfär med tydlig skyltning som gör det lätt för kunderna att hitta. Säkerställ att allt i butiken – såväl produkter, skyltning som inredning – linjerar med dina värderingar och budskap. Fokusera på utmärkt kundservice med kunnig personal som kan berätta om produkterna, deras ursprung och ge matlagningstips. Satsa på helhetsupplevelsen; att fika, titta på djur och försäljning av lokal konst och hantverk lockar besökare.

**Evenemang:** Anordna temakvällar, workshops eller kurser om lokala produkter och mathantverk för att ytterligare engagera kunderna och lära dem hur de ska hantera råvarorna. Om ni har bra lokaler för kurser och konferenser kan samarbeten med andra företag och organisationer bredda verksamheten.

**Erbjudanden och nyhetsbrev:** Skicka ut erbjudanden, nyhetsbrev och skapa kampanjer som gärna får fokusera på produkter som efterfrågas under aktuell säsong eller kommande högtider. Utgå från vilken information som är värdefull för kunden.

**Event och marknader:** Bygg relationer genom att delta i lokala event och marknader. Bjud på smakprover och dela ut recept. Passa på att samla in information både från kunder och från dem som inte handlar.

# Digital marknadsföring är billig och når många

Ett mycket kostnadseffektivt sätt att nå ut till en ny publik, kunder och samarbetspartners är att arbeta med digital marknadsföring. Vanligast är att använda webben, Facebook, Instagram och Youtube.

## Snabba tips & tricks

**Ökad synlighet:** Bra bilder, välskrivna texter samt aktuella nyheter och erbjudanden hjälper dig att nå en bred publik och lockar fler kunder. Tydlig information som kartor och öppettider underlättar för besökare. Relevanta taggar (#) gör dig lättare att hitta på sociala medier. Använd en unik tagg för ditt företagsnamn eller din kampanj. Testa vilka taggar som ger flest besök. Översätt till andra språk för att nå ut bredare.

#Vildsvinskött #Närproducerat #TasteTheWildSweden

**Skapa kundengagemang:** Sociala plattformar möjliggör direktkommunikation med kunderna. Var aktiv, svara på frågor och ta emot feedback. Kunder värdesätter företag som bryr sig om deras behov och åsikter. Ditt engagemang skapar kundengagemang och kommer ge värdefulla insikter om hur företaget kan utvecklas.

**Bygg ditt varumärke:** Genom att dela berättelser om företaget, dess historia och produkternas ursprung kan du skapa en djupare koppling till dina kunder och bygga ett starkt och igenkännbart varumärke. Låt företagets "varför" och värdeord genomsyra all kommunikation.

**Bli sökbar på webben:** Rätt ord i rubriker, text, bildtext och länkar gör det lättare för kunderna att hitta dig. Prata med dina kunder för att få veta vilka ord de söker på när de vill hitta dina produkter och erbjudanden. Se till att de viktigaste sökorden finns i både rubriker och löptext på din webbsida. Döp även bilder så de blir sökbara.

**Skapa specialerbjudanden:** Sociala medier gör det enkelt att snabbt informera kunder om specialerbjudanden, rabatter eller evenemang.

# Hitta dina målgrupper

När du tydligt har identifierat målgrupperna blir det lättare att få kontakt med dem och att ge dem rätt information. För att förstå en målgrupp är det viktigt att identifiera deras behov: funktionella (produkter som löser problem), sociala (tillhörighet) och emotionella (trygghet). Viktiga värderingar, livsstil, intressen och demografiska faktorer påverkar målgruppens köpbeslut. Exempel visas nedan.

**Målgrupp:** De kvalitetsmedvetna hemmakockarna som värdesätter högkvalitativa livsmedel.

**Målgruppens behov:** De söker köttprodukter av hög kvalitet, gärna lite unika och som har en historia som kan berättas vid middagsbordet.

**Målgruppens värdering:** Matens kvalitet, smakupplevelsen och middagsstunden är viktiga. Det finns en stolthet i att servera en god måltid och måltidsupplevelse.

**Företagets budskap:** Vi erbjuder förstklassigt kött från djur som har levt ett fritt liv i våra närliggande skogar. Vi gör korvar efter eget recept (gärna en god historia om hur receptet kom till).

## Företagets målgrupper

Målgrupper	Målgruppens behov	Målgruppens värderingar	Vårt budskap

Tabell 1. Exempel på mall som kan användas för att kartlägga målgrupper



# Rätt budskap för rätt målgrupp

Undersök vilka budskap som attraherar målgrupperna. Det kan vara:

**Familjer:** "Skapa minnen tillsammans! Gör en rolig gårdsutflykt för en lärorik och rolig dag." "Viltkorv och viltköttbullar är ett enkelt sätt att få barnen att äta mer näringsrik mat"

**Hälsa- och miljömedvetna konsumenter:** "Ät gott och gör gott! Välj klimatsmarta, nyttiga och välsmakande produkter som är bra för både dig och planeten!"

**Turister:** "Upptäck autentiska upplevelser och unika produkter – en smak av vår lokala kultur som du inte vill missa!"

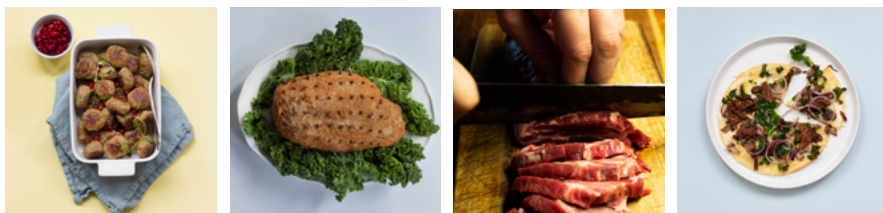
**Lokala restauranger:** "Inspireras och samskapa med lokalt mathantverk. Njut av närproducerade produkter av hög kvalitet direkt från gården"

Vilka produkter efterfrågas? Kan nya målgrupper attraheras genom produktutveckling som viltköttbullar till barnen, buljong till de hälsomedvetna eller en unik upplevelse för turisterna?

## Företagets produkter

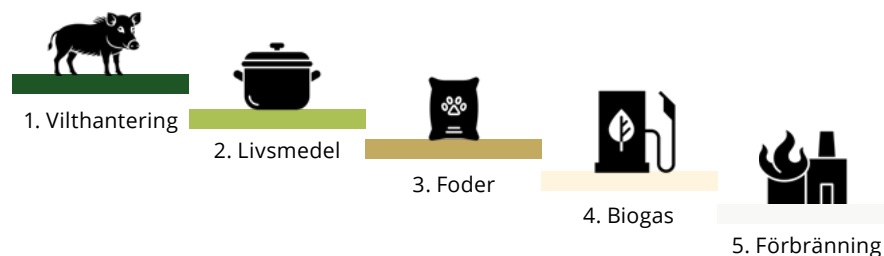
Produkter	Målgrupp	Pris	Vinstmarginal

Tabell 2. Mall som kan användas för att få en överblick över de viktigaste produkterna



# Minska kostnaderna för avfall

Avfall är en stor kostnad för vilthanteringsanläggningar. Att minska mängden avfall kan göras i flera steg.



1. Ett bra skott genererar mindre bortfall. Hanteringen av djuret från att det skjutits tills det lämnas in påverkar också kvaliteten. Vilthanteringsanläggningar kan påverka det inlämnade köttets kvalitet bland annat genom att ha en god dialog med jägarna, genom att tipsa om utbildningar i livsmedelshygien för jägare, genom att sälja hygienkit till jägare och genom att erbjuda inlämning dygnet runt.
2. Går det att använda en del av det som idag sorteras bort som biprodukter till livsmedel? Kanske genom att utveckla nya produkter. Prata med befintliga och potentiella kunder. Kanske har de önskemål som vilthanteringsanläggningen inte känner till.
3. Det tredje steget är att förädla avfall till foder så som hundmat och hundben. För att sälja djurfoder krävs särskilda tillstånd.
4. Det fjärde steget innebär att sälja avfallet till en biogasanläggning. Det kräver större volymer avfall, antingen från en stor vilthanteringsanläggning eller att flera mindre kan gå ihop. Undersök om biogasanläggningen är godkänd för animaliska biprodukter samt om den tar emot fast eller flytande avfall.
5. Det sista steget i avfallstrappan är förbränning, vilket är en ren kostnad. Det är därför bra att så liten del avfall som möjligt går till förbränning.

# Skapa din affärsplan

En affärsplan beskriver företagets erbjudande, mål, utmaningar och strategi för att nå målen. Affärsplanen ska hjälpa företaget att ta sig från nuläge till önskat läge.

Börja med att formulera en ideal bild av företagets verksamhet. Det öppnar upp för nya tankar och idéer kring hur företaget kan utvecklas. Bryt ner den ideala bilden till konkreta affärsmål.

## Affärsmål

- Öka försäljningsintäkterna med 15 procent jämfört med föregående år
- Minska avfallskostnaderna med 15 procent jämfört med föregående år

## Nulägesanalys

Med hjälp av en nulägesanalys kan du kartlägga styrkor och svagheter samt möjligheter och hot. Vad i företaget ska bevaras och vad bör förändras? Exempel visas i kursiv text.

### Styrkor

Produkter av hög kvalitet

### Svagheter

För liten lagerkapacitet

### Möjligheter

Nya samarbeten med jägare, kommuner, restauranger m.fl.

### Hot

Minskad tillgång till råvara

# Handlingsplan för att nå dina affärsmål

Handlingsplanen hjälper dig att få överblick över vilka aktiviteter som behöver göras för att företaget ska nå målen.

Att bestämma vem som ansvarar för aktiviteterna och att sätta en deadline ökar möjligheterna för att det faktiskt blir gjort.

Aktivitet	Mål	När	Vem	Budget

Tabell 3. Exempel på mall som kan användas för att gå från nuläge till önskat läge

## Tips för vidare läsning

- Livsmedelsverket
- Svenskt viltkött
- Mattanken
- Måltidsturism
- Upphandlingsmyndigheten
- verksamt.se
- Almi
- Globala målen





**Svinsmart företagarhusbok är till för alla som vill inspireras och ta del av andras erfarenheter av hur vi tillsammans kan utveckla affärerna i vildsvinskedjan – från skog till bord.**

**Läs mer om hur du kan:**

- **Hitta dina målgrupper**
- **Sälja till offentliga kök**
- **Minska kostnaderna för avfall**
- **Skapa din affärsplan**



**Länsstyrelserna**