

# Tävlingen Årets brödbutik – med bra vinnare och dåliga förlorare

Den årliga tävlingen om titeln Årets brödbutik anordnades för 18:e gången och som av tidningens pärmbild framgår blev årets vinnare K-Citymarket Kouvola, Anne ja Simo Hiltunen Oy. Tävlingen förlöpte så att tolv av Finlands Bageriförbunds fjorton lokalföreningar utsåg den bröдавdelning i en dagligvaruhandel som de ansåg vara bäst inom deras distrikt och ställde upp den butiken som sin kandidat för titeln Årets brödbutik 2014. Till finalen sållades sedan fyra butiker ut: K-citymarket Päiväranta Kuopio; K-citymarket Kouvola; K-citymarket Rovaniemi och Prisma Seppälä Jyväskylä.

I detta nummer ingår en längre artikel om tävlingen Årets brödbutik och om seg-raren denna gång, sidorna 12-14. I artikeln berättar vi också om vilka kriterier som beaktats i valet av deltagare. Ett av kriterierna vill jag också nämna här. I den vinnande brödbutiken, K-citymarket Kouvola, var bageriernas färskaste bröd framlagda överst, och de överblivna bröden från föregående dag låg längre ned. Inte tvärtom, något som tyvärr ofta förekommer i brödbutiker i vårt land. Om det äldre brödet ligger överst, så är det bara en del av konsumenterna som fattar att välja de färskaste bröden längre ned, medan köpare som har bråttom ofta av ouppmärksamhet får med sig av det äldre brödet. Senare förvånar de sig över att det nyköpta brödet inte smakar färskt. Med affärsprinciper av det slaget har det aldrig blivit framgångar i tävlingen om Årets brödbutik, och knappast blir det så i kommande tävlingar heller. Med dessa metoder främjar man antagligen obemärkt försäljningen av i butikerna gräddade halvfabrikat, för att de just när de köps verkar färskast. Tyvärr är de gräddade halvfabrikaten oftast utländska billigvaror med mycket hög salthalt.

Tävlingen om Årets brödbutik väcker i branschen stort intresse och starka känslor, vilket är positivt. Men efter hand, när intresset för tävlingen stegrar, uppstår det också mindre trevliga följdverkningar, som dåliga förlorare med negativa reaktioner. En av Bageriförbundets medlemsföreningar bestämde sig för att inte alls nominera en kandidat till årets tävling, till följd av det

missnöje som uppstod under motsvarande tävling förra året. Då hade en företrädare för en butik ställt ett bageri "i skamvrån" för att den lokala föreningen hade fått för sig att nominera "fel" butik att representera regionen. Företrädaren lät förstå att bageriföretagaren bar huvudansvaret för det "felbeslut" som lokalföreningen i själva verket hade fattat kollektivt. Och på grund av det påstådda huvudansvaret fick bageriet se hur inköpen från ifrågavarande affär minskade samt annan aktivitet som gav bageriet kännbara ekonomiska förluster.

Det är beklagligt att det finns enstaka företrädare för handeln som ger utlopp för sin besvikelse på ett sätt som riskerar hela tävlingen. Det nämnda fallet är förstas ett enstaka – och extremt – fall, men visst får jag emellanåt höra om mindre känsloutbrott av liknande slag. Det kan vi väl förstå, att inte ett enda företag i bageribranschen vill bli lidande av att en representant för företaget frivilligt deltar i föreningsverksamheten för att där arbeta för främjande av bageribranschen och finsk brödkultur, ifall resultatet av dennes frivilliga insatser för branschens bästa blir att en affär eller dess representant går till angrepp och utför skadliga handlingar. Egentligen skulle jag gärna här i denna spalt berätta namnet på affären ifråga och nämna den person som står bakom hela "skamvråfförfarandet", men det drabbade bageriet har bett att namnet inte ges ut, för att inte väcka ytterligare skadliga reaktioner från affärens sida.

Under tävlingen i år kontaktades jag av en företrädare för en brödbutik som ville reda ut orsakerna till att hans affär inte hade kommit med i finalomgången. Frågor av det här slaget får vi på förbundet ganska ofta, och i allmänhet är det bara positivt. Det visar ju att det i bland affärerna finns ett aktivt intresse av att utveckla verksamheten och att göra väl ifrån sig i tävlingen. Men i det här fallet var kontakten av ett delvis annat slag. Butikens representants frågor gick så här: "Vilken dag var ni på besök i vår butik? Nå hur såg den ut? Fanns det just den dagen något annat i butiken som ni borde ha noterat?" Jag var till att börja med lite förbryllad, men snart gick det upp

för mig vad han syftade på med sina frågor. Då frågade jag: "Är det kanske så att du undrar om juryn alls varit i er butik?", och då var svaret: "Just det!" Jag svarade att en jury kan fatta dåliga, rentav felaktiga beslut, när den väljer vilka butiker som ska med i till finalen. Men så idiotisk är vår jury garanterat inte att den helt låter bli att besöka en butik som valts till deltagare i tävlingen. Vad vore det för vits med en sådan tävling?

Jag försökte också förklara att juryn avverkar verkligt långa körsträckor när den bland butikerna, på tolv ställen i alla delar av landet, först sållar fram finalisterna och sedan gör detsamma en gång till på fyra orter för att ta fram vinnaren. Jag berättade att vi för att utse finalisterna reste på följande sätt: under den första rundan besökte vi Tammerfors, Kankaanpää, Halikko och Myrbacka. Under nästa resa flög vi till Rovaniemi, och därifrån tog vi oss med bil till Uleåborg, Ylivieska, Seinäjoki, Jyväskylä, Kuopio och Joensuu, sedan med flyg tillbaka till Helsingfors. Vi gjorde en separat tredje resa till Kouvola, och först efter det valde vi de fyra finalisterna. Jag fortsatte berätta att juryn under finalomgången på nytt besökte butikerna i Rovaniemi, Kuopio, Jyväskylä och Kouvola. Några sympatyttringar fick jag inte för den resan av den påringande, eftersom hans butik redan vid det laget var ute ur tävlingen.

M. Väyrynen

Mika Väyrynen

