



Talesmän för den nordiska livsmedelsindustrin. Erika Eklundh, 28 och Victor Ollén, 31, är ett sammansvetsat team, både som arbetspartners och i verkliga livet.

FRESTAR BRITTERNNA

Malmö Nordic Dining satsar skandinaviskt i London

MAT England är ökänt för sin mat trots påverkan från vår välkände nakna kock. Därför blev utmaningen dubbel för entreprenörerna och gourméerna Erika Eklundh och Victor Ollén från Malmö när de lanserade företaget Malmö Nordic Dining i London.

Uppgiften? Att fresta britterna med skånsk ost, danska musslor och öländskt knäckebröd.

TEXT **EMELIE KRUGLY**

FOTO **EMMA WIESLANDER**



"Jag visste inte att Sverige producerade ost!" Brittarna är förtjusta i Malmö Nordic Dinings ostsortiment bestående av Svevia, prästost och Grevé.



Victor Ollén

Ålder: 31

Bor: Holland Park i London

Född: Malmö

Bakgrund: Examen i internationell ekonomi och handel från Handelshögskolan i Köpenhamn och har jobbat länge med matföretag genom andra yrken i både Sverige och England.

Favoritmat: Nyfångad aborre ute i det fria, inget slår att äta utomhus, då smakar allt gott!

Om den brittiska matkulturen: de har fantastiskt goda ostar, och viltpatéer och är över huvudtaget duktiga på att tillaga viltkött som tex hjort och hare.



”Den största fördelen är att skandinavisk

Det doftar av nybakat bröd när vi kliver in i Erika Eklundh och Victor Olléns smakfullt inredda lägenhet och tillika kontor i Holland Park i centrala Londons västra del.

De båda är businesspartners såväl som ett par i verkliga livet och är ett väl sammansvetsat team.

Malmö Nordic Dinings produkter består av exempelvis renkött från Norrland, lagrade ostar ifrån både Sverige och Danmark, knäckebröd från Öland, rökta musslor från Limfjorden i Danmark och rapsolja från Österlen, för att nämna några. Dessa finns att hitta i livsmedelshallar och utvalda delikatessbutiker i London.

– Britterna är speciellt förtjusta i våra ostar, berättar Erika. Många har reagerat och blivit förvånade ”Jag visste inte att Sverige producerade ost!” Vi har haft otroligt bra respons hittills och har fått recensioner i Metro, blivit omnämnda i Vogue och produkterna säljs på bland annat Harvey Nichols och Fortnum & Mason, och Waitrose har visat intresse för att ta in delar av vårt sortiment.

Malmö Nordic Dinings produkter

är förpackade i vackra och funktionella förpackningar och tillsammans ska de bidra till nya smakupplevelser och onade kombinationer.

– Vi anser att våra nordiska matkulturer har blivit orättvist behandlade, berättar Erika Eklundh. För mycket sill och köttbullar och för lite av de fantastiska kvalitetsprodukter som vår del av världen erbjuder, och som de flesta briter aldrig har fått möjligheten att smaka. Det är vad vi är här för att ändra; att vara goda representanter för det moderna, nordiska köket.

Företaget Malmö Nordic Dining kom till under 2008. Därmed är det första och hittills enda företaget i Storbritannien som arbetar med att främja det nordiska köket.

Så varför just namnet Malmö Nordic Dining?

– Namnet Malmö väcker starka känslor och har för många en negativ ton, säger Victor Ollén. Namnet valet bemöttes med viss kritik från en livsmedelsexpert i Sverige. Men han är förvisso Helsingborgare, be-

rättar han och skrattar till. Men för oss betyder Malmö en stad i förändring och en öppningsport till Europa. Sedan är vi givetvis väldigt stolta över att vara Malmöiter.

– En dag hörde jag den svenska jordbruksministern på radion, berättar Erika och blickar tillbaka. Han talade om skandinavisk mat och hur Sverige kommer att bli nästa stora matrevolution. När han sedan tillfrågades om vad som var typiskt svenskt nämnde han bara köttbullar, lingonsylt och vodka, vilket jag tyckte var ett otroligt tråkigt svar.

Detta sporrade de båda att börja forska i ämnet, samtidigt började de sälja in sin affärsidé till investerare och lyckades få stöd från den svenska regeringen.

Sagt och gjort, Erika presenterade först affärsidén om en skandinavisk restaurang i London till SVT:s Draknästet, den svenska versionen av BBC-succén Dragon's Den, där entreprenörer testar sina affärsidéer i hopp om att hitta möjliga investerare. Men panelen lyckas de inte över-



Vi anser att våra nordiska matkulturer har blivit orättvist behandlade.

ERIKA EKLUNDH

tyga. Så Erika och Victor tänkte om och lyckades istället imponera på Jordbruksverket. Skånes Livsmedelsakademi hakade också på och sammanlagt lyckades de få ett flertal investerare och samarbetspartners knutna till sig.

Deras arbete kräver hård dedikation; sex och en halv dags arbetsvecka som innebär allt ifrån att möta befintliga kunder till att attrahera nya, prata med press, åka på mässor och etablera sig på Londons många matmarknader och även producera den egna tidningen, Nordic Dining, som utkommer två gånger per år. Magasinet är dedikerat till att ge en inspirerande och informerande bild av vår nordiska matkultur på ett tilltalande och lättillgängligt sätt.

Vi slår oss ned på Erika och Victor's terrass medan Erika dukar fram vår frukost; rågbröd bakat efter mamma Susannes recept och ostar ifrån Falbygden.

Både Erika och Victor har arbetat som kokkar och förvärenummerade restauranger i Sverige, Danmark och



Malmö Nordic Dinings Rågkakor

Värm 3 dl vatten och 2.5 dl mjölk och blanda i 25-50 g jäst när fingervarmt. Blanda 6 dl rågmjöl och 6 dl vetemjöl med 2 tsk salt, 1 msk stött fänkål, anis eller brödkrydda och ½ dl mörk brödsirap.

Rör ihop, degen blir kletig.

Strö över lite mjöl, täck bunken med en kökshandduk och jäs 30-60 min beroende på jästmängd.

Häll ut degen på mjölat underlag och dela i 2 eller 4 delar med, försök att blanda i så lite mjöl som möjligt.

Gör till bollar som du plattar ut var för sig på plåtar täckta med bakplåtspapper (tills den är 1-2 cm tjock). Gör ett hål i mitten av varje och låt jäsas under handduk ca 30 min.

Sätt ugnen på 225, nagga kakorna med en gaffel och grädda 15-20 minuter (små) 25-30 min (stora). Låt kallna under handduk på galler.



Skånska rapsoilja i lyxförpackning.



Victor Ollén och Erika Eklundh bor i Holland Park.

h Erika Eklundh

Ålder: 28
 Bor: Holland Park i London
 Född: Alingsås, flyttade till Malmö som 16-åring
 Bakgrund: Utbildad grafisk formgivare och har studerat i Italien samt business marketing i Danmark
 Favoritmat: Skaldjur i alla dess former, jag är ju trots allt född på västkusten!
 Om den brittiska matkulturen: Brittisk pubmat kan vara fantastisk! Porkbelly är favoriten.



mat är en stor trend..”

Schweiz. Men framför allt annat älskar de mat; "de bästa studenterna har vi kring middagsbordet", menar Victor. Lansering av en Malmö Nor dic Dining har dock inte varit en "piece of cake". Det har varit en utmaning att starta eget i ett tufft ekonomiskt klimat.

– Det är otrolig konkurrens i London, säger de båda. Alla de mest intressanta matprodukterna från hela världen finns ju här, fantastiskt fint förpackade. Det räcker inte att din produkt smakar bra – de måste sticka ut bland mängden på butikshyllan också. Vi tror inte att Londonbon var så priskänsliga när det gällde mat.

I jämförelse med att starta eget i Sverige upplever de England som mer slarvigt i vissa avseenden.

– I Sverige tar man till exempel mer tid på sig att arbeta genom koncept, trender som kommer stannar längre och blir på så vis mer etablerade, funderar Erika. I London visar det förbi massor av intryck hela tiden, och får ingen riktig chans att

utvecklas till något bra.

Vilka fördelar respektive svårigheter har de då stött på?

– Den största fördelen är att skandinavisk mat är en stor trend och att vi är i princip de enda som arbetar med de nya nordiska värdena, säger Victor. Svårigheter, bortsett från att alla matföretag sålt mycket mindre nu i de tuffa tiderna, är att väldigt få känner till skandinavisk mat. När de bara smakar blir det annat ljud i skällan, men ofta får de inte chans. När de står i en affär och håller en rapsolja i ena handen och en olivolja som de vet är god i andra, är det lätt att välja det säkra kortet.

Erika och Victors intryck av britterna är de är nyfikna och "super-trevliga"; nyligen kom ett reportageteam från The Times för att äta frukost hemma hos Erika och Victor vilket resulterade i ett uppslag i den välrespekterade morgontidningen.

Samtidigt tycker de att britterna kan vara "klurig a" och svåra att läsa av. "Men de har en fantastisk skön humor", tillägger de.

Hur ser då framtidsplanerna ut och vad händer näst? Victor och Erika planerar att arbeta på bredare front med att lyfta fram fler skandinaviska matkoncept, och inte bara de företag som ryms under deras produktkategori.

– Tanken är att skapa en serie events där vi låter engelska media och nyckelpersoner inom branschen möta spännande nordiska företag.

Den 23 september kommer deras första event att äga rum på Pall Mall i centrala London.

Erika och Victor erbjuder redan en konsultservice. Med sina unika erfarenheter kan de underlätta processen för befintliga och nya nordiska livsmedelsföretag som överväger att expandera till Storbritannien eller ta sig igenom varje steg i lanseringen.

– Vi vill fungera som en spindel i nätet och hjälpa till att hantera medierna, i butikskampanjer, mässor och evenemang, som ett slags satellitkontor för andra nordiska entreprenörer, säger Erika.

Victor tillägger:
 – Till skillnad från många av de

satsningar som görs för att statligt håll för att framhäva nordisk mat i världen, så är vi mycket närmre marknaden och vet vad som efterfrågas och hur man också kommer in.

– Nuförtiden tar inte distributörer in någonting, om de inte själva har representation på den marknaden. Där kan vi hjälpa företaget, utan att det kostar skjortan, menar han.

Andra planer de har är förutom få Malmö Nor dic Dining att lyfta ytterligare och expandera till andra länder runt om i Europa, är att skriva en kokbok inom det närmaste året och på sikt öppna en restaurang med kombinerad delikatessbutik, med målet att utveckla ett koncept.

Planerna är oändliga för denna dynamiska och ambitiösa duo.

Vilka tips har då Erika och Victor att ge blivande entreprenörer?

– Det tar tid att lyfta, man behöver uthållighet såväl finansiell som mental, säger de.



Ost går bäst bland britterna.



Erika och Victors egna favoritprodukt; tunnt knäckebröd från Yngdén Knäcke i öländska

