

Är vinkritik nonsens?

*En explorativ studie av vinkritiker och deras bedömningsprocess i en kluven
industri*

Abstract: With increasing wine consumption and a growing assortment available to Swedish consumers, there is an interest in understanding the decision making process of Swedish wine consumers. In this thesis the expert phenomenon is studied with respect to wine through wine critic reliability: grading objectivity, understanding the process of wine criticism and possible critic influence on consumer behavior. Two studies were performed; a qualitative in-depth session of interviews with industry connoisseurs and a quantitative analysis of 589 online wine reviews. Our results indicate that wine reviews are highly subjective and defy prediction through analysis of external variables. Critics are likely to judge differently based on what information they have at hand, suggesting that expectations affect grading. Consensus between critics was found to be low, which combined with the subjective nature of grading leads the authors to conclude that wine critic reliability is low. Based on this conclusion it is surprising to note the level of influence over pricing and global consumption wielded by critics like the influential Robert Parker.

Nyckelord: Utvärderingsprocess, vin, vinkonsumtion, vinkritiker, kultur, konsensus, tillförlitlighet, Robert Parker, vinindustri, valprocess, konsumentpåverkan, expert, förväntningar

Kandidatuppsats i Marknadsföring, Handelshögskolan i Stockholm 2013

Författare: Antonia Ansgariusson (22308), Jonathan Bui (21967)

Mentor: Patric Andersson

Examinator: Anna Nyberg

Tack till....

Hélène Westelius för en inblick i den svenska vinbranschen

Sture Linden för kompletterande perspektiv inom export, import och marknadsföring av vin

Patric Andersson för utmärkt handledning

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	4
1.1 BAKGRUND.....	5
1.1.1 Systembolaget	5
1.1.2 Robert Parker - revolutionären	6
1.1.3 Terroir - Grundstenen i vinprotektionismen	7
1.2 PROBLEMDEFINITION	7
1.2.1 Forskningsfråga.....	8
1.3 SYFTE	8
1.4 AVGRÄNSNING	8
1.5 UPPSATSENS BIDRAG	9
1.6 DISPOSITION.....	9
2. TIDIGARE FORSKNING OCH TEORETISKT RAMVERK	10
2.1.1 Brunswik's linsmodell.....	10
2.1.2 Konsensus och tillförlitlighet	12
2.1.3 Kritikernas roll i kulturindustrin	13
2.1.4. Bedömning av finansiella experter	14
2.2 FÖRVÄNTNINGARS PÅVERKAN PÅ OMDÖME AV VIN	15
3. STUDIE 1	16
3.1 METOD	16
3.1.1 Det inledande arbetet.....	16
3.1.2 Forskningsstrategi och forskningsfrågor.....	17
3.1.3 Vetenskaplig ansats och metoder	17
3.1.4 Huvudstudie	18
3.1.5 Insamling av kvalitativ data	18
3.1.6 Intervjuns utformning	19
3.1.7 Undersökningsvariabler	19
3.1.8 Validitet och Reliabilitet	19
3.2 RESULTAT.....	20
3.2.1 Vilka trender kan vi se inom vinindustrin?	20
3.2.2 Vad karakteriserar vinindustrin?	21

3.2.3 Vinbedömningsprocessen.....	23
3.3 DISKUSSION	24
4. STUDIE 2	25
4.1 METOD	26
4.1.1 Det inledande arbetet.....	26
4.1.2. Forskningsstrategi	26
4.1.3 Vetenskaplig ansats & metoder	26
4.1.4 Insamling av kvantitativ data	27
4.1.5 Undersökningsvariabler	27
4.1.6 Skala och mätmetoder.....	28
4.1.7 Validitet och Reliabilitet	28
4.1.8 Analysmetod.....	29
4.2 RESULTAT	29
4.2.1 Deskriptiv data.....	30
4.2.2 Korrelationer och regressioner	34
4.2.3 Slutsatser av statistiska metoder	38
4.3 DISKUSSION	40
5. ALLMÄN DISKUSSION	41
5.1 SAMMANFATTNING	41
5.2 KRITIK MOT STUDIEN	42
5.2.1 Insamling av data	42
5.2.2. Den mänskliga faktorn.....	43
5.2.3. Begränsad tillgång till information	43
5.3 FRAMTIDA STUDIER.....	44
6. REFERENSER	45
7. APPENDIX	50
7.1 APPENDIX 1 - TABELLER OCH DIAGRAM.....	50
7.2 APPENDIX 2 - INTERVJUFRÅGOR	54

1. INLEDNING

Enligt en rapport från Euromonitor International kommer vinförsäljningen i Sverige att öka med 9 % innan 2016, vilket är mer än någon annan alkoholhaltig dryckeskategori. Den globala vinindustrin är extremt fragmenterad, och det existerar i dagsläget inte någon världsdominerande vinproducent i den bemärkelse som finns i till exempel läskdryckeskategorin, där Coca Cola och PepsiCo kämpar om världsherravälde. Med stigande efterfrågan på viner från USA, Sydafrika, Australien och Sydamerika har den globala vinindustrin delats upp i den Gamla och Nya Världen, där anrika vinproducerande länder i den Gamla Världen skiljer sig genom de restriktioner och regler som finns för att bevara den konst som vinproduktion anses vara. Stor vikt fästs vid *terroir*, ofta ett litet område mark vars jord och mikroklimat anses ge distinkta karaktärsdrag till de lokalt producerade vinerna. I motståndarhörnan tornar den Nya Världen, upp sig, som utan den Gamla Världens restriktiva inflytande bedriver en högteknologisk och flexibel tillverkning av vin där den traditionella inställningen till *terroir* avskaffats. Kampen om konsumenterna har ökat och mot den bakgrunden började vi fundera på hur konsumenter faktiskt väljer vin idag.

Cirkulerande kring de oändliga hyllorna med vin på Systembolaget, ögat sökande efter någonting vackert att titta på, slogs en av oss av frågeställningen: hur väljer man egentligen vin i Sverige idag? Vilka utgångspunkter har man? Som student resonerade vi att först och främst pris, sedan grundläggande individuella smakkrav och till sist estetik avgjorde valet. Ser processen likadan ut för någon annan? Eller är det bara när man saknar djupare kunskap som man väljer vin på ett sådant ytligt sätt? Under en diskussion med Patric Andersson, vår handledare, kring vinalskriterier kom vi in på ämnet vinrecensioner, deras förmåga att styra efterfrågan på de utvalda vinerna samt faktumet att just vinrecensioner inte är någonting som i större utsträckning undersökts i akademiska sammanhang. Det hela mynnade ut i ett intresse att undersöka vinkritikerna - individerna med makt - som till synes godtyckligt avgör ett vins framtid på marknaden, samt vilka faktorer som avgör en recensions utfall. Vi bestämde oss därför för att undersöka om det finns anledning att tro att det som föregår utanför flaskan kan påverka innanmätets bedömning: förväntningar, kritikerns frikonsumtion, design och andra externa faktorer.

1.1 BAKGRUND

Oenoforos AB och Pernod Ricard Sverige leder den svenska vinmarknaden följt av Fondberg & Co AB på en tredjeplats. Dessa leverantörer har sammantaget fokus på så kallade "bulkviner"; massproducerade och olagrade viner, där exempelvis Oenoforos Umbala sålde 5 miljoner liter 2011. Under 2010 levererade 12 större distributörer cirka 99 procent av antalet ordrar till Systembolaget (Euromonitor, 2012)

1.1.1 Systembolaget

"Systembolagets uppdrag baserar sig på omsorgen om folkhälsan. Visionen är att skapa ett samhälle där alkoholhaltiga drycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada. Systembolaget bidrar med kunskap, både när det gäller mat och dryck och alkoholens påverkan på hälsan. På så vis vill vi inspirera till medvetna dryckesval och ett hälsosammare förhållningssätt till alkohol." (Systembolaget, 2010a)

Med Systembolagets statliga alkoholmonopol (gäller alkoholhaltiga drycker på över 3,5 volymprocent) ser den svenska marknaden för alkohol väldigt annorlunda ut än större delen av Europa, och resten av världen. Då Systembolaget är ett icke-vinstdrivande företag med fokus på folkhälsan sätter detta skarpa restriktioner på marknadsföring; både publikt och i butik.

Systembolagets fasta sortiment består av 2300 artiklar, utöver vilka det finns tillfälliga sortiment samt cirka 8500 artiklar i beställningssortimentet. Försäljningen av vin uppgick till 187,9 miljoner liter 2010, en ökning med 3,6 % jämfört med 2009. Den största andelen av försäljningen för vita viner kom från Sydafrika, Tyskland och Italien, medan liknande försäljningssiffror för rött vin pekar på Sydafrika, Italien samt Australien som största marknadsandelsinnehavare. Totalt sett stod vin för 41,4% av försäljningen 2010, sett i volym, där 56 % köptes i form av så kallad bag-in-box. Systembolaget säljer 62 % av all alkohol i Sverige varefter införsel från utlandet står för 20 % (resandeförsel 16 % och smuggling 4 %). Restaurangförsäljning uppgår till 10 %, försäljning av folköl 6 %, hemtillverkning 2 % samt försäljning via internet 0,5 % (SORAD, 2011)

Systembolaget har en aktiv strategi i att söka sig mot en bredd inom organiskt odlade viner samt Fair Trade-viner. Under 2010 ökade försäljningen av organiska viner med 40 % till att representera 5 % av försäljningen på Systembolaget, och detta förväntas öka till en 10 %

representation 2016, med ökad efterfrågan på organiska viner med Systembolagets strategi som grund. Den begränsande faktorn förväntas bli svårigheter i att hitta leverantörer av organiska viner (Euromonitor, 2012). Under 2011 fanns det 577 olika organiskt odlade viner på Systembolaget, antingen i butik eller som beställningsalternativ. “Urvalet baseras på kundernas efterfrågan, dryckestrender och andra trender i samhället. Ekologiska alternativ, alkoholfria drycker och ett utpräglat CSR-tänk är en följd av det.” (Systembolaget, 2010a).

1.1.2 Robert Parker - revolutionären

Robert M. Parker Jr. från Baltimore, Maryland, har utan någon som helst utbildning blivit världens mest inflytelserika vinkritiker. 1978 startade han *The Wine Advocate*, som på fem år ökade från 600 till 50,000 prenumeranter i hela världen, och det finns tydliga indikationer på att hans åsikter till största grad påverkar konsumentbeteende. Bland annat har Bill Clinton refererat till Parker som sin personliga måttstock när det gäller att välja ut värdiga viner, och Robert Parkers kunskaper har blivit uppmärksammade av President Jacques Chirac, President François Mitterrand, Premiärminister Berlusconi samt den spanska kungen Juan Carlos då han tagit emot hederspriser i Frankrike, Italien och Spanien. Hans filosofi är att “att ge meningsfulla, omfattande, oberoende, noggranna, kritiska kommentarer och åsikter om fina viner och fina viners prisvärdhet” (direkt översatt: eRobertParker, 2013). Robert har skrivit 14 böcker om vin som blivit bästsäljare, inte bara i USA, utan i många översättningar världen över (eRobertParker, 2013).

Parkers stora inflytande har kritiserats av många. Få producenter vågar sätta priser på sitt vin innan Parker testat det, och skulle han mot förmodan sätta 100 poäng på ett vin (Parkerskalan sträcker sig från 50-100 poäng) är det slutsålt och överprisat redan innan det tappats upp på flaska. Då alla har en personlig smak, har detta lett till att Robert Parkers personliga smakviner fått högsta poäng, medan andra kategorier av viner kommit i skymundan. Därför kan det ifrågasättas om det är rätt att *en* man kan definiera vad ett “bra vin” är, ha sådan stor inverkan globalt och indirekt ge mycket stora nackdelar för viner av annan karaktär.

1.1.3 Terroir - Grundstenen i vinprotektionismen

Terroir, från franskans ord för "jord", avser särskilda karaktärsdrag i geografin, geologin och klimatet i ett avgränsat område som när det interagerar med plantors genetiska uppsättning skapar ett unikt avtryck i jordbruksprodukter såsom vin, choklad, kaffe eller te.

Genom att observera skillnader i vin från olika regioner under lång tid utvecklade franska vinodlare termen *terroir* som ett sätt att beskriva den inverkan som särskilda karaktärsdrag i omgivningen hade på viner. Kärnan i argumentet är att man producerar unika viner i unika regioner, som även om man exakt återskapade tillverkningsprocessen med samma druva någon annanstans inte skulle kunna producera samma vin.

Tankeskolan om *terroir* har lett till skapandet av ett appellationsystem ("*Appellation d'Origine Contrôlée*") för att med exakta produktionsspecifikationer avgöra vad viner får och inte får kallas. Appellationsystemet utgör grundstenen i vinprotektionismen som kommit att spela allt större roll för den Gamla Världen i och med de industriella "nyavärldsvinernas" intåg.

1.2 PROBLEMDEFINITION

Med en ökande vinkonsumtion i ett land där alkoholmarknaden styrs av det i världen relativt unika alkoholmonopolet, och där marknadsföring av alkoholhaltiga drycker är strikt reglerat, finns det intresse i att undersöka hur beslutsprocessen för vin ser ut. Antalet viner på Systembolagets hyllor ökar varje år, och det enorma utbudet skapar en svårgenomtränglig djungel för de okunniga köparna. Så vad definierar egentligen ett bra vin och varför bör vi lyssna på vinkritiker? Många studier visar att bedömningar av vin har en tendens att influeras av förväntningar och att helt objektiva bedömningar i princip kan anses omöjliga att uppnå. Det finns också undersökningar som visar på en skillnad i preferenser mellan *experter* och *allmänheten* där billiga viner föredras av allmänheten, medan experterna generellt sett föredrar dyrare viner (Dagens Nyheter, 2008). Så om *allmänheten* inte uppskattar de viner som anses bäst av *experterna* och betygsättning grundar sig i högst subjektiva åsikter kring vilken karaktär på vin som smakar bäst, samt att det med största sannolikhet finns en rad utomstående faktorer som omedvetet spelar in i en bedömning, finner vi det intressant att undersöka denna så kallade konstform och dess implikationer för den svenska vinmarknaden.

1.2.1 Forskningsfråga

Med grund i vår problemdefinition ovan har vi valt att formulera våra övergripande forskningsfrågor enligt följande:

Vilka faktorer inverkar på vinkritikers bedömning av vin?

Vad karakteriserar marknaden för vinkritik?

Hur tillförlitlig kan vinkritik anses vara?

1.3 SYFTE

Syftet med denna uppsats är att få en djupare förståelse för, beskriva och analysera faktorer som påverkar vinkritikers bedömning av viner, samt undersöka de bakomliggande processerna för vinbedömningar för att försöka nå en slutsats om vare sig det är rationellt att lyssna till vinkritikers bedömningar eller inte. För att besvara våra forskningsfrågor kommer vi utföra två studier empiriska studier, en kvalitativ och en kvantitativ. Vi kommer bland annat att undersöka samstämmigheten bland recensenter, försöka se om geografi påverkar vinrecensioner och om vi kan finna några korrelationer mellan faktorer som inte medvetet vägs in i betygsättningen, och respektive betyg. Studien ämnar bygga på de begränsade antal undersökningar som gjorts inom vin och vinrecensioner för att få en uppfattning om dess påverkan på konsumenters faktiska beteende.

1.4 AVGRÄNSNING

Då begränsningar i tid föreligger och särskilda krav ställs på en kandidatuppsats har vi varit tvungna att avgränsa vår uppsats i några praktiska avseenden. För det första har vi geografiskt begränsat oss till att bara samla kvantitativ data från svenska vinkritiker. Detta ämnar göra datamängden stor nog för att kunna dra slutsatser, men liten nog för att vara hanterbar under vår skrivperiod. Självklart har tillgängligheten till information också varit avgörande för vårt val av Sverige som studerat land. Studien är begränsad till vin i kategorierna rött och vitt och har därmed uteslutit alla andra alkoholhaltiga drycker och alkoholfria viner. Vi har endast tagit observationer gällande 750 ml flaskor, och därmed uteslutit bag-in-box-viner, Tetrapak samt mindre flaskor. Källan för datainsamlingen, www.vinkatten.se, redogör för de bästa vinerna i varje kategori, varför viner med väldigt låga betyg automatiskt inte inkluderats. Vid insamling av data fanns det även begränsningar i årgångar, vilket gjorde att de bedömda vinerna endast är årgångar i intervallet 1998-2011.

Då det i nuläget finns begränsat med studier inom vårt valda ämne har vi valt att använda oss av både kvalitativ samt kvantitativ data. Genom detta kan vi hålla ett explorativt perspektiv samtidigt som vi ämnar nå vissa slutsatser kring faktorer som påverkar betygsättning samt hur den svenska marknaden inom vinkritik ser ut idag. Vi har valt att innefatta en bredd av teorier för att läsaren skall ha god möjlighet att själv kunna tolka våra resultat med grund i olika perspektiv. Optimalt hade vi ämnat jämföra våra slutsatser med Systembolagets detaljerade försäljningssiffror för att kunna se vinkritikers inverkan på försäljning i Sverige, men då vi trots många försök inte lyckats få tillgång till denna information ser vi vår studie som ett första steg för att få en förståelse kring beslutsprocesser inom vinkonsumtion.

1.5 UPPSATSENS BIDRAG

Det finns som ovan nämnt ett begränsat utbud av undersökningar inom vårt valda område, och förhoppningen är att vår uppsats kommer att bidra med intressanta tankar som kan vara av intresse både för vinindustrins aktörer samt allmänheten. Simultant ämnar vi bygga vidare på teorier kring experters påverkan på konsumentbeteende inom den kulturella sfären. Vi tror därmed att våra slutsatser kan komma att vara intressanta även för andra kulturella industrier så som de för kaffe, teater, litteratur och film.

1.6 DISPOSITION

Denna uppsats består i sin helhet av sex separata delar. Inledningen berör bakgrund, marknadsfakta, internationellt viktiga vinkritiker, syfte och avgränsningar för att tydliggöra vad som kan förväntas av vår uppsats. Det andra avsnittet går igenom de teoretiska ramverk som ligger som grund för vårt arbete samt hur dessa har används för att bringa klarhet till vår undersökning. Del tre går igenom Studie 1, vår kvalitativa studie, och inkluderar metod, hur insamling av data fortgått genom vår studie, kvalitativa resultat och en diskussionsdel. Avsnitt fyra berör Studie 2; vår kvantitativa studie baserad på vinrecensioner online som likt Studie 1 innehåller metod, resultat och diskussion. Resultatdelen består av deskriptiv data, korrelationer, regressioner och test av forskningsfrågor. Under metoddelen ovan har även diskussioner kring validitet samt reliabilitet tagits upp för respektive studie, och hur dessa hanterats under vårt projekt. I del fem förs en allmän diskussion kring slutsatserna i den sammantagna studien och drar samlade slutsatser kring kvalitativ och kvantitativ data. Här diskuteras även implikationer av

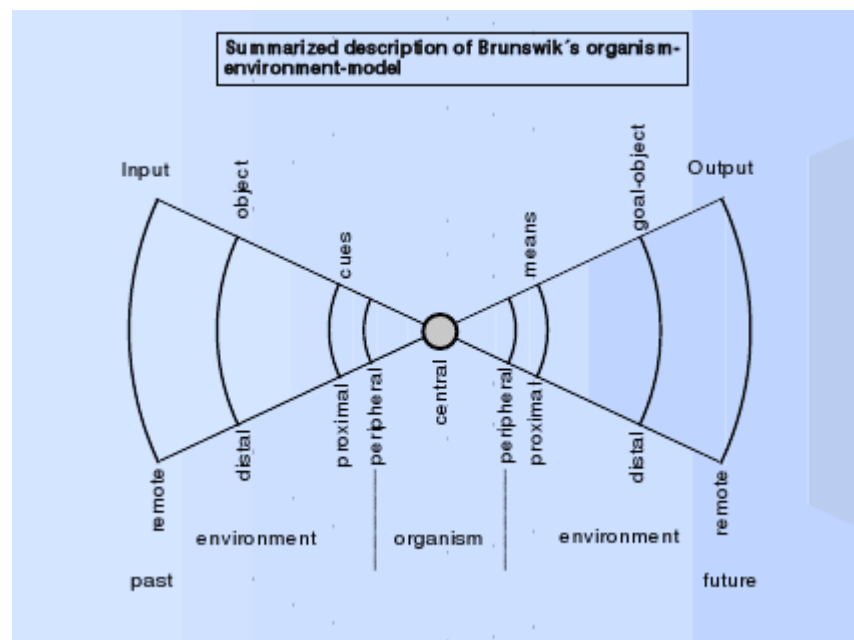
arbetet samt förslag på framtida studier inom vårt ämnesområde. Efter dessa avsnitt återfinns avsnitt sex, referenser, samt avsnitt sju, appendix.

2. TIDIGARE FORSKNING OCH TEORETISKT RAMVERK

För att få en djupare förståelse för vinkritikers bedömning av viner, de bakomliggande processerna samt få en uppfattning om det är rationellt att lyssna till vinkritikers bedömningar har vi valt ut ett antal teorier för att belysa relevanta aspekter. Följande avsnitt rör de teoretiska ramverk vi valt att utgå ifrån i vår undersökning och våra analyser. Det rör två större ämnen: *Expertbedömningar* samt *Förväntningars påverkan*. Avsnittet kring Expertbedömning omfattar fem olika teorier som rör allt från konsensus och tillförlitlighet till kritikers roll i kulturindustrin. Förväntningars påverkan rör studier som gjorts, främst av Frédéric Brochet, gällande vinkritikers objektivitet och hur förväntningar kan påverka den uppfattade upplevelsen.

2.1 EXPERTBEDÖMNINGAR

2.1.1 Brunswik's linsmodell



Figur 1: En visuell representation av Brunswik's linsmodell (vänster till höger). Organismen i mitten läser in information om omgivningen från tre avstånd: avlägsen (erfarenhet), distal (omgivning) och proximal (signaler i den direkta omgivningen). Genom att tolka informationen korrekt kan organismen förstå konsekvenserna av den mottagna informationen och dess inverkan på organismens egna mål, i detta fall vinkritik. Tolkningen sker på höger sida, där hjälpmedlen (proximal) som krävs för att uppnå målen (distal) förstås, vilket skapar förståelse för hur framtiden kan se ut. Då vad som sker kring organismen (vänster) är dynamiskt ("low ecological validity") har organismer utvecklat anpassningsbarhet genom målinriktat beteende för att överleva ("vicarious functioning").

Wolf skriver i sin artikel från 2005 att handlar linsmodellen om att organismer besitter förmågan att fatta beslut om hur ett mål kan uppnås i en omgivning där beslut måste tas utifrån probabilistiska antaganden. "Probabilism" definieras som doktrinen att sannolikhet är en tillräcklig basis för uppfattning och agerande, därför att 100% säkerhet ifråga om kunskap är ouppnåeligt. Alltså är organismens omgivning osäker och ett sätt att analysera omgivningen krävs: en lins. Linsen fungerar genom att intryck levereras på tre nivåer: avlägsen, distal och proximal nivå. På samma sätt är effekterna av de beslut som fattas centralt av organismen i respons till den osäkra omgivningens intryck, fördelade till avlägsen, distal och proximal nivå. Organismen sägs kunna välja ut de viktigaste och mest användbara intrycken från omgivningen för att kunna genomföra beslutet. Det handlar alltså om hur organismen förstår sin omgivning och vad som sker kring den kan bidra till eller påverka organismens överlevnadsmål.

Brunswik talar om "ecological validity", ekologisk validitet. Ekologisk validitet handlar om att organismer drar slutsatser kring distala företeelser utifrån proximala intryck och felbarheten i interaktionen mellan människan och hans omgivning. Människan kan därför fatta fel beslut som ett resultat av en felaktig tolkning av externa intryck. För att kompensera för vanligtvis låga nivåer av ekologisk validitet har organismen utvecklat en förmåga till "vicarious functioning", vilket betyder flexibelt, målorienterat beteende. Organismer måste kunna hantera inkonsekventa, oväntade, ofärdiga och imperfekta företeelser i sin omgivning. Överlevnad och måluppfyllelse kräver alltså en förmåga att anpassa sig till en dynamisk miljö, vilket möjliggörs genom att bearbeta omgivningen med en lins. Avslutningsvis talar Brunswik om "functional validity", ett mått för hur pass väl en organism lyckas uppnå sina mål, från distalt intryck till distalt mål. Funktionell validitet mäts via en korrelationskoefficient i multipla regressioner.

Vid analys av expertbedömningar brukar linsmodellen användas, där man analyserar experter efter konsensus respektive inom hur konsekventa de är i sina egna bedömningar.

Linsmodellen poängterar hur viktig extern information är vid experters bedömning och alltså hur man genom att manipulera den information som experten mottar kan inverka på det utlåtande som följer.

2.1.2 Konsensus och tillförlitlighet

Roberth H. Ashton (2012) undersöker konsensus och tillförlitlighet bland vinkritiker i sin artikel i *Journal of Wine Economics*. Tillförlitlighet (reliability) syftar till likheten mellan vinbedömningar av samma vin och samma vinkritiker. Konsensus (samstämmighet) syftar till likheten i bedömningar av samma vin men mellan olika vinkritiker. Vinkritik jämförs i denna artikel med sex andra industrier: medicin, klinisk psykologi, business, audit, personalhantering samt meteorologi. I alla industrier var tillförlitlighet större än konsensus, det vill säga att sannolikheten att samma vinkritiker bedömer samma vin lika fler gånger är större än att olika vinkritiker skulle göra så. Trots hög variation inom båda variabler inom alla områden, låg både tillförlitlighet och konsensus mycket lägre inom vinkritik än andra områden, vilket kan indikera att den vetenskapliga faktorn kan anses lägre inom bedömning av vin. Detta leder till ett begränsat stöd för att vinkritiker ska anses vara "experter". Flera faktorer nämns som anledningar till att tillförlitlighet och konsensus inte är fulländade. Dessa inkluderar varierande uppmärksamhet till uppdraget, motivation att göra ett bra jobb, olikheter i färdigheter och erfarenhet, olika fokus inom samma intressefenomen, frånvaron av objektiva "sanningar" i många omgivningar samt den dynamiska och utvecklade naturen inom det undersökta området. Det nämns att rekommendationer av dessa slag kan ha kraftiga inverkningar, både för den som rekommenderar, då det kan påverka dess rykte, samt de som lyssnar på rekommendationerna, då det kan påverka deras beslut.

Riktighet/precision diskuteras både i relation till tillförlitlighet samt konsensus. För att lyssna till en rekommendation vill du veta att denna är riktig, men i vissa sammanhang finns det ingen måttstock för att mäta en extern giltighet. Trots att tillförlitlighet i detta fall benämns den viktigaste faktorn, nämns det att konsensus är även det väldigt viktigt - särskilt i sammanhang där inget objektivet rätt svar finns i nuläget. Ashton fann en stark korrelation mellan riktighet och konsensus, men poängterar att konsensus inte alltid är en valid utvärdering av en bedömning. Olikheter i åsikter leder ofta till att experter inom ett område utvecklar sin förståelse för sitt

intresseområde, medan de positiva aspekterna av olika åsikter faller mellan stolarna om överensstämmelse blir standard.

Ashton kom fram till tre slutsatser; tillförlitlighet blir lägre ju längre tid det går mellan omprövningarna, gruppdiskussioner mellan flera kritiker leder till ökad tillförlitlighet, samt att ju svårare uppgiften är, ju mindre är den mätta tillförlitligheten (exempelvis var det lättare att bedöma viner på extremvärden gällande kvalitet, än de som låg i mitten.)

Medeltillförlitligheten i korrelationstermer mellan publicerade vinstudier nämnda i Ashtons artikel är 0,50 medan det för konsensus ligger på 0,34, vilket är substantiellt lägre än inom de andra undersökta områdena. Ashtons förklaring till detta är att vinbedömning relativt sett är mycket mer subjektivt än många andra typer av bedömningar. Under antagandet att alla vinkritiker är motiverade att utföra sitt uppdrag på bästa sätt är kunskap och erfarenhet viktiga faktorer, tillsammans med preferenser (vilket kan vara en beroendefaktor av ovanstående) samt biologiska faktorer (känslighet för smak och lukt.)

2.1.3 Kritikers roll i kulturindustrin

Vinindustrin är inte den enda industrin där allmänheten tar hjälp av experter och kritiker för att hitta rätt i det enorma utbudet. Cameron (1995) diskuterar i sin artikel *On the Role of Critics in the Culture Industry* vilken funktion kritiker har inom den kulturella industrin - ett ämne som vid den tidpunkten var väldigt begränsat utforskad. Cameron nämner att kritik fyller fyra basfunktioner; erhållande av marknadsföring och information, ryktesskapande, konsumtion som syfte och inflytelse över överordnade/meta-preferenser (preferenser om preferenser). Dessa meta-preferenser är oftast representerade av de långsiktiga preferenserna bland konsumenter. Kritik räknas som marknadsföring då det hjälper konsumenter att utvärdera det totala priset för en kulturell upplevelse, vilket kan delas upp i det nominella priset, pris för nedlagd tid, närvaropris samt ett pris för risk. Risk utvärderas oftast genom tredje parter, där experter/kritiker bör anses värdefulla då de generellt sett bär på mer kunskap inom det specifika området. Ryktesskapande är för den kulturella aktören ackumulerat kapital från tidigare bedömningar, som i positiva fall kan leda till så kallade "superstars" där aktören lyckats identifiera ett stjärnskott. Kritikernas rykte baseras på deras kunskaper i att peka ut potentiella "superstars". Den tredje funktionen syftar till konsumtionen av kritik och kritikens nytta, även utan konsumtion av den produkt/tjänst som bedöms. Inflytande över överordnade preferenser inkluderar tanken att

kritiker kan validera jagföreställningen hos konsumenter genom att förespråka vissa typer av produkter, exempelvis fashionabla eller snobbiga.

Kritiker fyller två funktioner för kulturella företag; de är ett medium för undersökning och utveckling samt agerar som en kvalitetsstämpel för det estetiska värdet, vilket kan öka efterfrågan. Det nämns att då vinkritiker inte bara återberättar konsumenternas preferenser, utan bidrar med ett egenvärde, finns fördelar för kulturföretag att påverka kritikerna, ofta genom exempelvis fribiljetter för konsumtion (föreställningar, konserter, eller i vårt fall viner/vinprovningar.) Detta kan ge två positiva effekter; att skapa en fördelaktig bild av sig själva hos kritikern samt att öka chanserna för en recension.

Att skapa barriärer, exempelvis i form av en kunskapsbas, är ett sätt kulturkritiker agerar i självintresse för att minska konkurrensen på kritikmarknaden. Som exempel nämns filmkritiker som gör djupa analyser av väldigt många aspekter av en film, vilket bidrar med väldigt begränsad effektiv information till den typiska konsumenten, men å andra sidan accentuerar de kunskapsskillnaderna som råder mellan kritikerna och konsumenterna, vilket agerar som en påminnelse att konsumenterna behöver experternas hjälp. Kritikermarknaden hävdas vara monopolistisk (Mossetto, 1993) då många kritiker nischar sig till en del av en marknad eller förespråkar en viss typ av produkt (exempelvis kubism om vi pratar om konst, eller strikta och nyanserade viner om vi återkopplar till vår studie) som resultat av låg grad av konsensus. Kritiker har flera anledningar att försöka förespråka produkter av högre originalitet och estetiska meriter, dels för att öka det generella utbudet på marknaden och dels för att med ökade och snabbare förändringar i komplexitet ökar behovet av kritik. Cameron hävdar dock att detta synsätt är för restriktivt, och att man istället bör se kritiker som en kartell som fixerar set av preferenser (vilka skall vara meta-preferenserna för välinformerade konsumenter) genom sin kritik och förespråkande av vissa typer av produkter, snarare än priser.

2.1.4. Bedömning av finansiella experter

En stor mängd forskning finns angående finansiella experter och deras rådgivning. Forskning inom expertråd och tillförlitlighet är relevant för våra forskningsfrågor varför det är intressant att titta på Beunza & Garud (2005) och Ericsson, Andersson och Cokely, som sammanfattar forskningen. Beunza och Garud undersökte analytiker inom värdepapper, samt vilket värde de kan tänkas bidra med. Initialt tas två extremfall upp. Den första är analytiker som *calculators*,

där det förutsätts att osäkerheten är obefintlig samt att analytikerna kan räkna sig fram till rätt beslut. Det andra fallet är analytiker som *lemmings*, där hög osäkerhet råder och att det enda analytikerna kan göra är att ta efter varandra. Ingen av dessa ansatser täcker Knights problem: "Hur fattar man beslut med begränsad information?"

Det slutgiltiga perspektivet är analytiker som *frame-makers*, där de formar ramarna utifrån vilka ett företag utvärderas. Exempelvis kan Amazon.com ses som ett IT-företag och jämföras med Dell, eller som ett bokföretag och jämföras med Barnes & Noble. Vilken "ram" man utgår ifrån i detta sammanhang påverkar drastiskt värderingen av ett bolag. Flera ramar kan samexistera och bidra med olika perspektiv.

Ett av de mest kända testen gällande expertkunskap inom den finansiella sektorn gjordes av Wall Street Journal där de jämförde värdet av aktieval från finansiella experter med värdet av aktier som valts slumpmässigt genom att kasta pil på en tavla, samt med de aktier som är inkluderade i Dow Jones Index. Över 147 månader, mer än 10 år, och med hjälp av över 200 olika experter uppmättes det att omkring 63 % respektive 56 % av tiden presterade experternas aktier bättre än de andra alternativen (Jasen, 2002). Resultaten har undersökts vidare och visar på statistiskt tillförlitliga resultat att experternas rekommendationer överpresterade.

Då experternas aktierekommendationer publicerats är det viktigt att notera att det finns en chans att läsarnas köp av de rekommenderade aktierna hade kunnat driva upp marknadspriserna artificiellt. Efterföljande studier uppmätte dock att det efter 25-30 dagar inte längre fanns några bevis för förändringar i aktievärde, och en stabil värdeökning av aktien fortgick (Barber & Loeffler, 1993).

2.2 FÖRVÄNTNINGARS PÅVERKAN PÅ OMDÖME AV VIN

2001 utförde Frédéric Brochet två undersökningar på University of Bordeaux. Det ena experimentet gick ut på att 54 studenter inom oenologi (läran om vin och dess tillverkning) skulle testa och beskriva ett vitt och ett rött vin så detaljrikt som möjligt. Studenterna var ovetande om att det var samma vin i båda glasen, och att det ena bara hade färgats rött. Ingen av de 54 studenterna märkte att det "röda" vinet egentligen var vitt, och beskrivningar skedde helt i linje med vad man kunnat förvänta sig från ett rött vin respektive vitt vin.

I det andra experimentet bad han studenterna att bedöma två flaskor rött vin, ett dyrt och ett billigt. Än en gång var vinerna identiska; det billiga vinet fanns i båda flaskorna. Trots detta

beskrevs det dyra vinet som komplext och välbalanserat medan det billiga vinet ansågs lättviktigt och obalanserat. Ytterligare ett experiment med dyra viner i billiga flaskor och vice versa menar på att vinkritikerna inte bara tyckte att vinet var bättre, utan att njutningen var högre, vilket mättes med magnetkamera och observationer av hjärnans belöningscentra (Svenska Dagbladet, 2012).

Vad Brochet ville poängtera var makten som ligger i förväntningarna. Medan vinkritikers smakförmågor kan vara fantastiska i vissa sammanhang, kan förväntningarna också vara deras största fiende, vilket dessa experiment lyfter fram. Inom psykologin anses komplett objektivitet vara omöjlig. Förväntningars påverkan är inget som är unikt för vinkritik. Liknande resultat har växt fram exempelvis i en holländsk studie där en grupp människor informerades om att de skulle få se ett nytt HD program. Trots att programmet de fick se var i samma kvalitet som vad de sett tidigare, sade de att skärpan och färgerna var bättre samt att deras generella upplevelse var bättre.

Sammanfattat så påverkar hela din omgivning dig till att ha vissa förväntningar om en produkt eller service, och hjärnan letar konstant efter ledtrådar för att hitta tillbaka till saker du tycker om, vilket ofta leder till att associationer är viktiga. Smak är subjektiv, vilket ofta betyder att du inte är så smart när det kommer till att välja en produkt över en annan (The Atlantic, 2011).

3. STUDIE 1

Då syftet med vår uppsats är att få en djupare förståelse för, beskriva och analysera faktorer som påverkar vinkritikers bedömning av viner, samt undersöka de bakomliggande processerna för vinbedömningar för att försöka nå en slutsats om vare sig det är rationellt att lyssna till vinkritikers bedömningar eller inte, fann vi det mest relevant att börja med en kvalitativ studie.

3.1 METOD

3.1.1 Det inledande arbetet

Det första steget efter vår initiala idé att undersöka vinbranschen var genom att söka upp vad som undersökts inom ämnet tidigare, främst genom sökningar online, för att få en bild av vilka fördjupningsområden som skulle vara intressanta samt möjliga att utföra inom ramarna för en

kandidatuppsats. Nästa steg bestod av ett val kring hur dessa data skulle samlas in, där vårt val föll på öppna djupintervjuer. Vi bestämde oss för att intervjua en man och en kvinna, och fick genom onlineeftersforskningar och tips från Liselotte Wanre, vinconnoisseur, och Barbro Ehnbohm, välkänd affärskvinna med stort nätverk, fram Hélène Westelius och Sture Lindén som potentiella intervjuobjekt. Vid val av intervjuobjekt satte vi stor vikt vid kunskap och möjlighet att belysa olika perspektiv inom vinindustrin vilket är varför våra intervjuobjekt valts utifrån deras heterogena bakgrund och yrken. Utifrån vårt valda uppsatsområde letade vi sedan upp relevanta teorier och ramverk för analys som vi sedan försökte applicera på passande sätt. Teorier vi sökte efter berörde experter och dess tillförlitlighet, bedömningar, förväntningars påverkan samt vinindustrin i allmänhet.

3.1.2 Forskningsstrategi och forskningsfrågor

Då Studie 1 ämnar öka förståelsen kring vinindustrin, dess trender och utveckling, samt hur vinbedömningsprocessen ser ut har vi valt att utföra en kvalitativ studie. Öppna och anpassningsbara djupintervjuer lät intervjuobjekten leda samtalet till ämnen och aspekter som vi tidigare inte tänkt på vilket är i linje med den explorativa ansatsen. Forskningsfrågorna var:

Vilka faktorer beaktas vid bedömning av vin?

Hur ser vinbedömningsprocessen ut? /Hur bedömer vinkritiker?

Vad karaktäriserar vinindustrin?

Vilka trender kan vi se inom vinindustrin?

3.1.3 Vetenskaplig ansats och metoder

Då denna studie och de frågor som vi ämnar besvara utgått från existerande teori och intervjuer, samt ämnar försöka ge svar på om det finns starka eller svaga skäl att tro att vissa variabler har en stark inverkan vid vinrecensioner, använder vi oss av både en induktiv samt en deduktiv ansats i vår studie. Studie 1 är vår induktiva del som lägger basen för de frågor vi sedan undersöker i Studie 2. Studie 1 är kvalitativ och i form av intervjuer. Genom att beakta professionella vinkännarens åsikter innan vi formulerade vidare forskningsfrågor för kvantitativ analys breddade vi vår förståelse för branschen och ökade sannolikheten att ställa relevanta frågor som kan besvaras med de data vi har till hands.

3.1.4 Huvudstudie

Vår första intervju hölls den 22/3-2013 med Hélène Westelius. Hélène är sommelier och matkreatör, och började sin karriär med en tvåårig privat kockutbildning i Söderhamn. Efter mycket hjälp och uppmuntran från sina lärare började hon jobba för stjärnkocken Christer Svantesson i Göteborg, och sedan Stefan Holmström i Halmstad. Hennes krögarkarriär tog henne till prestigefulla L'Escargot i Stockholm, Restaurang J och slutligen Storstad där Daniel Crespi väckte hennes dryckesintresse. Hon började läsa sommelierutbildningen på Restaurangakademin, och något som började som ett intresse i att komplettera mat med en dryckesdimension kom sedan att bli hela hennes karriär. Hon började jobba på Carl-Jans vinkällare Grappe där hon jobbade i fem år innan hon tog på sig chefsommelierrollen på Villa Pauli. Mitt i finanskrisen 2008 sade hon upp sig för att frilansa. Intervjun pågick i cirka 45 minuter med utgångspunkt i ett frågeformulär som utformats enligt våra önskemål i ett tidigare skede.

Den andra intervjun hölls med Sture Lindén den 20/4-2013. Sture har jobbat med vin största delen av sitt liv. Hans vinintresse började i tonåren då han på somrarna reste runt i Europa för att besöka vindistrikt och testa viner. Hans intresse ledde honom senare till positioner som International Field Marketing and Brand Manager för Ernest och Julio Gallo i Modesto, Kalifornien, importör och exportör av vin, öl och spritsorter, marknadsföringskonsult för små vinproducenter i Napa Valley och rådgivare kring vininvesteringar till investment bankers när vinbranschen började konsolidera sig. Även under hans 15 år som konsult utomlands inom andra industrier höll han sitt vinintresse uppe, och nu guidar han grupper omkring i vindistriktet ovanför San Francisco.

3.1.5 Insamling av kvalitativ data

Två djupintervjuer utfördes under den första delen av projektets fortgående. Frågeställningarna ändrades något efter vår första intervju när vi fått större insikt i branschen och fått intressanta aspekter att undersöka. Försiktighet togs för att inte försöka leda intervjuerna åt något visst håll, utan att främst låta den intervjuade ta diskussionen dit hen tyckte relevant. Då ett av syftena med intervjuerna var att få en större insikt i den svenska vinbranschen, tillät vi frångående från frågeformuläret när detta krävdes, samt att följdfrågor uppmuntrades för att få en djupare insikt

inom ämnet. Intervjuerna med Hélène och Sture spelades in och transkriberades för möjlighet att kunna korrekt citera, samt kunna gå tillbaka och tolka specifika delar av intervjuerna.

3.1.6 Intervjuns utformning

Som tidigare nämnts utformades vårt intervjuformulär som ett skelett och verktyg för att främja förhöjda insikter inom industrin. Utöver frågor kring våra huvudämnen “Faktorer som spelar in i vinbedömningar” samt “vinbedömningsprocessen” så läts intervjun ledas av den intervjuade då dess insikter i vad som kan tyckas relevant eller viktigt i branschen anses stämma till högre grad än den kunskap vi samlat ihop under en kort tidsperiod. Genom att vara öppen, neutral gällande ledande frågor samt att ställa fölfrågor gällande aspekter vi fann intressanta, lyckades vi få användbara insikter och uppmuntra till intressanta vinklar som vi annars inte hade tänkt på.

3.1.7 Undersökningsvariabler

Variabler som ämnades bli besvarade av Studie 1 gällde trender inom vinindustrin, karakteristika av vinindustrin, vinbedömningsprocessen, faktorer som beaktas vid vinbedömningar samt till vilken grad våra intervjuade tror att externa faktorer kan påverka vinbedömningar.

3.1.8 Validitet och Reliabilitet

Reliabilitet syftar till en tillförlitlighet inom datainsamling, mätningar och analys samt en strävan för en så objektiv bedömning av det observerade fenomenet som möjligt. Om liknande resultat kan återskapas under liknande men oberoende studier anses reliabiliteten vara hög. Validitet syftar till hur väl mätningarna mäter vad som ämnats mätas samt dess samband till verkligheten.

Reliabilitet

För den kvalitativa datainsamlingen skedde vårt urval främst genom observerad kunskap av intervjuobjekt samt tillgänglighet av dessa. Vi valde att intervjua en kvinna och en man för att kontrollera för möjliga skillnader mellan kön, och valde dem utifrån deras olika perspektiv på vinbranschen; Hélène som sommelier och matkreatör och Sture för sitt perspektiv kring import, export, produktion, marknadsföring samt investeringar i vinbranschen. Intervjuerna skedde över telefon då våra intervjuobjekts geografiska position gjorde det omständigt med personliga intervjuer, och varje intervju varade mellan 45-60 min för att inte fokus skulle brista för någon

av parterna. Telefonintervjuer medför vissa nackdelar då man går miste om kommunikation genom kroppsspråk samt att risk för missuppfattningar ökar (Jacobsen, 2002). För att få så hög tillförlitlighet som möjligt spelades intervjuerna in och transkriberades inom ett dygn från dess att intervjun utfördes, vilket enligt Jacobsen (2002) är informationsmässigt mest passande under telefonintervjuer. Telefonintervjuer har dock inte bara nackdelar; den så kallade intervjuareffekten (Jacobsen, 2002) där man genom sin närvaro kan påverka utfallet av intervjun genom exempelvis kroppsspråk undviks, och med tanke på den utforskande ansatsen inom intervjuerna anser vi att hög reliabilitet hålls inom vår kvalitativa datainsamling.

Validitet

Två former av validitet existerar; intern validitet samt extern validitet. Den interna validiteten syftar till hur väl resultaten av en studie stämmer överens med verkligheten och därmed att vad man valt att mäta är relevant för att nå riktiga resultat. Den externa validiteten syftar till överförbarheten av de kunskaper man tillgodosett sig inom andra områden eller situationer, dvs. generaliserbarhet. Den interna validiteten kan anses hög då vår explorativa ansats bidrog till att det vi valt att mäta i stor grad är flytande, och då informationen är djupgående och kommer från relevanta personer i branschen. Den externa validiteten är lägre då antalet intervjuer inte är stort nog för att kunna generalisera, om än att svaren vi fått till stor del överlappar mellan våra intervjuer.

3.2 RESULTAT

3.2.1 Vilka trender kan vi se inom vinindustrin?

De senaste åren har vinkonsumtionen dragit mot mer fruktiga viner med högre alkoholhalt; från att tidigare legat på 10-11, max 12 % ligger nu normalt viner på 13-14 %. Viner från sydligare breddgrader så som Chile, Argentina och södra USA har blivit populärare då mer sol ger mer socker i druvan, vilket leder till ett fruktigare vin, och i slutändan också högre alkoholhalt. Detta har lett till att klassiska vinländer såsom Frankrike har behövt hänga på den trenden, då folk vant sig vid och efterfrågar vin med högre alkoholhalt. Frankrike har också ofta producerat vin som behövt ligga och lagras ett tag, vilket nu har begränsats - de måste vara snabbare, annars får de ingenting sålt (Westelius, 2013)

Generellt sett var skillnaden i preferenser mellan allmänheten och experterna en aspekt vi fann väldigt intressant. Att allmänheten gillar de fruktiga och söta vinerna med hög alkoholhalt, medan dessa bland experterna refererades till som "flottigt och generöst". "Där delar sig ju publiken mot proffsen. Ju mera proffsig du bli, ju mera subtila smaker och ju mer finlemmade viner tycker man om som har mycket högre syra och mycket mera tanniner och strävhet" (Westelius, 2013). Detta förringar i princip nyttan av vinrecensioner - vinkritiker bedömer viner genom sin expertis för allmänhetens skull och för att dessa ska kunna ta del av den kunskapen. Men om preferenserna i grund och botten skiljer sig så pass mycket åt så tyder det på att vinrecensioner bara är användbara för andra med liknande smak, det vill säga andra experter - de som har kunskap nog att bedöma viner själv.

En ny trend är på ingång i form av lågalkoholalternativ. "Det har blivit en otrolig boom på Systembolaget nu de senaste två åren. Nu börjar alla ta fram viner som folk kan dricka till lunch" (Westelius, 2013). Lågalkoholvinerna ligger på en alkoholprocent på 8-9 %, och kanske till och med ner på 7 %. "Det har man ju hört länge från fransmännen, att "I Sverige kan man ju inte ta ett glas vin till lunchen, då blir man ju full!" (Westelius, 2013). Detta påstående ligger i linje med Systembolagets ökade försäljning av alkoholfria alternativ.

Efter finanskrisen 2008 började folk skära ner på sin lyxkonsumtion, och lågprislinjen är en trend som kommer att hålla i sig. Folk börjar experimentera mer och leta efter viner bland de lägre prisklasserna (Lindén, 2013). I och med den konstanta utvecklingen som sker så har den allmänna kvaliteten på vin i världen gått upp och du kan hitta riktigt bra viner även med en lägre budget. Utforskandet av nya druvsorter så som Syrah, Sangiavese och Alsace är även något som varit en uppåtgående trend på den senaste tiden, särskilt bland vita viner. Utöver det har medvetenhet kring pairing - hur man kombinerar vin med mat - ökat (Lindén, 2013). Detta är något Hélène Westelius poängterar som extremt viktigt då smakupplevelsen förändras drastiskt om ett vin som ska avnjutas med mat dricks för sig självt. Det kan då ofta anses väldigt strävt och surt, och i slutändan inte lika tilltalande.

3.2.2 Vad karaktäriserar vinindustrin?

Genom Studie 1 har vi blivit uppmärksammade på den kluvenhet som karaktäriserar vinmarknaden inom många aspekter; en kluvenhet som grundar sig i skillnader mellan *experterna* och *allmänheten*, och till viss del även mellan *Gamla Världen* och *Nya Världen*. Två

läger existerar bland vinkritiker; de som bedömer viner efter eget bevåg, oberoende av prisklass, och de som bedömer viner som är "bra med tanke på priset". Det senare har lett vissa till kritik då det inte klargör om det är vinet eller priset som är den avgörande faktorn för ett högt betyg, samtidigt verkar det finnas en efterfrågan på den typen av recensioner (Westelius, 2013). Det blir en avvägning mellan att vara sann mot sin personliga smak och vara relevant gentemot den publik som recensionerna riktar sig till. Vi uppmärksammades kring det mediala tryck som omringar vinkritiker, och de begränsningar som existerar prismässigt. Exempelvis berättade Hélène att en gammal kollega bara fick recensera viner under 100 kronor under sin tid på TV4, vilket stödjer detta. Enligt en undersökning så finns det fem megatrender i världen som påverkat detaljhandeln, varav en är "värde för pengarna" - något som blev allt viktigare under finanskrisen, men inte har bleknat även sedan ekonomin blivit bättre (PWC, 2011).

Ovan diskuteras sätt att överkomma den diskrepans som råder mellan allmänhetens och experternas preferenser, och det baseras på att någon av parterna är villiga att kompromissa. Antingen recenserar vinkritikerna viner som är mer publika, och rubbar på sin integritet, eller så får allmänheten köpa viner enligt rekommendationer som kanske inte helt matchar deras preferenser.

När man pratar årgångar blir skillnaden mellan den Gamla Världen och Nya Världen påtaglig. Den Gamla Världen inkluderar de europeiska vinländerna, exempelvis Italien, Spanien, Österrike, Tyskland och Frankrike där regleringen kring vinproduktion är mycket striktare. Många gånger är det inte ens tillåtet att konstbevattna om det är en torr sommar, vilket leder till mer variation i viner mellan årgångar än i Nya Världen. I Nya Världen, exempelvis Australien, Nya Zeeland, Chile och Sydafrika pratar man knappt om årgångar då man får konstbevattna och efterkonstruera till en mycket hög grad. Exempelvis får du i Nya Världen addera ekchips i vinet för att accentuera den smaken, medan du i Gamla Världen måste laga på ekfat, vilket är mycket dyrt. Dessa faktorer leder ofta till att Nya Världen viner är billigare (Westelius, 2013) men även att den aggregerade kvaliteten på vin ökat globalt. I takt med att kvaliteten gått upp har konkurrensen hårdnat, och i och med eftereffekterna av finanskrisen har efterfrågan på budgetviner gått upp. I valet och kvalet känner många en trygghet i att lyssna till experternas åsikter - vinutbudet är för stort för gemene man. Detta gör att exempelvis vinkritiker samt personal på Systembolaget blir inflytelserika när det kommer till beslut i butikerna (Lindén, 2013). Å andra sidan, med en större kunskap och erfarenhet förändras även preferenserna och

man kan ofta se en ökad uppskattning för syra och strävhet i vin - något som många okunniga vindrickare ofta inte uppskattar (Westelius, 2013).

I grund och botten handlar vinbranschen om jordbruk och kan på så sätt mer korrekt jämföras med mjölk eller smör än exempelvis Coca Cola, då resultatet kommer att bero på väder och vind. Ett sätt att reglera för variationer i väderförhållande är att använda sig av mer än en typ av druva i sin vinproduktion. Det är vanligare med vita endruvsviner än röda. Flerdruvsviner minskar risken för en dålig årgång, även om en bra årgång av 100 % Cabernet Sauvignon kan vara något av det bästa du kan dricka (Lindén, 2013).

Årgångar blir främst relevanta när det handlar om vininvesteringar då det kan skilja sig över 5000 kronor per flaska mellan olika årgångar av samma vin. Bra årgångar skiljer sig markant mellan olika vindistrikt där Champagne har guldår 1990 och 1996, några av de bästa årgångarna i Bordeaux någonsin är 1945 och 1947. Vinårgångstabeller kan användas för intresserade för att hålla koll på vilka årgångar som är bra för olika distrikt (Westelius, 2013).

3.2.3 Vinbedömningsprocessen

Man kan tänka sig att det finns en allmänt accepterad process för hur ett vin skall testas, att processen från beslut att testa till ett satt slutbetyg av ett särskilt vin är kontrollerad. Dock visar det sig att den processen ser väldigt annorlunda ut från person till person. En vinkritiker har väldigt mycket makt, och om hen vill testa druvan Chardonnay, är det bara att ringa runt till importörer så skickas viner till hen. Ofta är det så provningar går till, men det finns även öppna provningar samt provningsdagar, exempelvis för portugisiska viner, och provningar där importörer ställer ut och man kan testa viner lite mer anonymt. Som vinkritiker blir man bjuden på luncher och middagar där importörer bjuder in recensenter och press att höra vinets historia och träffa människorna bakom vinet. Detta kan öka chanserna för ett bra helhetsintryck och därmed en större förkärlek för vinet. För att någon ska ha chansen att tycka om ett vin måste folk först veta att det finns. Dock finns det självklart aldrig några garantier för vilket betyg ett vin slutar med - det kan lika gärna floppa (Westelius, 2013).

Hélène Westelius berättade i vår intervju att det ofta är omgivningen; människorna, årstiderna, sinnet och stämningen, som är viktigare än något annat - "Det handlar mycket om förväntningar - sinnet är starkare än man tror". Hon nämner också att graden av kunskap om vinet och dess bakgrund lätt kan påverka en; "Som vinskribent eller vinconnoisseur, så reser du

ju runt mycket och träffar människorna bakom vinet, så det är väl klart att man tycker om de vinerna mer när man kan historien bakom och har träffat människorna och allt det där.” Detta påstående indikerar en direkt påverkan av externa faktorer på vinbedömning, och till och med att detta inte är något som man försöker kontrollera eller förändra.

Generellt sett vet vinkritiker väldigt mycket om vinet de testar, åtminstone land, druva och producent. Oftast har man läst tidigare recensioner av vinet, och har i allmänhet en hög grad av kunskap och förväntningar, vilket ökar till jämförbarheten mellan årgångar och liknande viner, men minskar objektivitet och rättvishet. Blindtest anses rättvisast, men det ifrågasätts för vem det egentligen är användbart. Efter åtskilliga år av testande lär man sig ett vins stil, och kan då märka om en årgång avviker samt göra jämförelser med tidigare erfarenheter. Om man inte vet vilken druva man testat är det väldigt svårt att bedöma om det är ett bra vin, då olika viner har olika karaktär. Olika viner *ska* te sig på olika sätt, vilket är i princip omöjligt att urskilja om man inte har någon förinformation alls (Westelius, 2013),

Vinkritiker betalar generellt sett inte för vin, om de inte väljer det själva, som exempelvis Robert Parker. Detta betyder att vinproducenter ofta har stora chanser att påverka vinkritiker genom att göra sina vin tillgängliga för vinkritiker, och förse dem med den information som kan styra dem åt ett fördelaktigt betyg.

3.3 DISKUSSION

Vinindustrin förändras och drar ifrån den klassiska och prestigefyllda konstform den tidigare varit mot att bli mer styrd av massproduktion och trender mot billigare viner. Detta kan bidra till svårigheter för mindre och mer klassiskt inriktade producenter att lyckas hålla sig kvar på marknaden när marginalerna dras ner av bulkvinsproducenter. Dessa trender kan även bidra till en högre grad av “bra vin för pengarna”-bedömningar när priset blir en mer avgörande faktor, vilket kan kompromissa integriteten i de klassiska vinkunskaperna. Detta minskar även vinkritikernas egenvärde då de på så sätt mer anpassar sina rekommendationer till vad publiken tycker om, det vill säga tar ett steg *mot* publiken istället för att dra dem till sig genom integritetsfylld vinkritik.

Det var intressant att se att Hélène som sommelier, vid frågor kring påverkan från faktorer så som design på flaska, pris och andra “externa” faktorer, direkt påpekade att vinkritiker är för medvetna för att låta sådana faktorer spela in i deras betygsättning. Detta nämns

i samma intervju som hon nämner helhetsintrycket som något som kan förändra ens uppfattning om ett visst vin. Med hennes bakgrund kan det vara känsligt att diskutera faktorer som kan anses förringa kunskapen som ligger bakom bedömningar av vin, samtidigt som hon på en nivå verkar acceptera faktumet att externa faktorer, om än som en summa eller helhet snarare än individuella enheter, påverkar. På många sätt är experters tips säkert användbara, men det förutsätter för det första att de personliga smakpreferenserna överensstämmer med konsumenten av kritiken, samt att rekommenderade matviner faktiskt avnjuts till mat och därmed får sitt rätta uttryck. Om vi refererar tillbaka till de förväntansteorier som diskuteras i teoriavsnittet så kan förväntningar om att ett rekommenderat vin är bra göra att det uppfattas som bättre, och till och med göra att man känner högre njutning, än om andra omständigheter rått. På så sätt bör vinkritik i sig ha preferensformande egenskaper.

Genom ovan undersökning har vi kommit fram till vidare forskningsfrågor som vi ämnar testa i vår kvantitativa data.

Hur stor konsensus råder det bland vinkritiker ifråga om betygsättning?

Leder mer kunskap om ett vin till ett högre betyg?

Kan man förklara en kritikers betyg genom en regression?

Hur inverkar geografi på betygsättningen?

Korrelerar pris och betyg?

Får matviner bättre betyg än pratviner?

Har vinkritiker smakpreferenser?

4. STUDIE 2

För att få en djupare förståelse för de faktorer som påverkar vinkritikers bedömning av viner, de bakomliggande processerna för vinbedömningar, och graden av objektivitet och användbarhet i de bedömningarna som utförs av vinkritiker fortsätter vi vår undersökning med en kvantitativ studie.

4.1 METOD

4.1.1 *Det inledande arbetet*

Grunden till Studie 2 ligger i de kvantitativa data vi samlat in och kategoriserat utifrån hemsidan Vinkatten.se. Vinkatten samlar recensioner från framstående vinkritiker bundna till elva olika tidskrifter¹, vilket gör att vi får en bredd i bedömningar och en så objektiv utgångspunkt som möjligt givet den slags data vi vill insamla. Sidan tillåter att man söker viner utifrån typ (vitt/rött/rosé/mousserande/champagne/glögg/box), prisintervall, karaktär (ex. "kryddigt & mustigt") och ger vid val av ett vin även förslag på de bästa vinerna från vald region och land. Vinkatten har tre kategorier för röda och vita viner: "Bästa viner under 80 kr", "Bästa vinerna upp till 160 kr" samt "Bästa vinerna över 160 kr". Genom att använda en samlingsbas kunde vi effektivt få in fler observationer än vad som hade varit möjligt med ett annat tillvägagångssätt. Det bör noteras att hemsidan organiserar utifrån de bästa vinerna som vinkritikerna recenserat vilket hade kunnat underminera den kvantitativa analysen av data. Å andra sidan är utbudet av recensioner av uppenbart dåliga viner med största sannolikhet lägre, vilket gör att vi med vårt stora antal observationer känner oss trygga i att våra resultat kan anses relevanta och giltiga. Efter att vårt val föll på Vinkatten gjorde vi en testsampling med 100 observationer för att få en grundinsikt i ämnet samt vilka variabler som kunde vara intressanta att undersöka.

4.1.2. *Forskningsstrategi*

För att kunna göra en statistisk analys utifrån Studie 1 krävs en kvantitativ analys med utgång i statistik- och sifferprogram.

4.1.3 *Vetenskaplig ansats & metoder*

Studie 2 har utgått från Studie 1 samt valda teorier för att testa våra forskningsfrågor genom vår kvantitativa data. Den vetenskapliga ansatsen kan därmed anses deduktiv, och sammantaget har vi alltså använt oss av både en induktiv samt en deduktiv ansats under projektets fortgång. Den huvudsakligt kvantitativa inriktningen baseras på att metoden tillåter statistiska tester som kan etablera signifikanta skillnader i data. Detta möjliggör i sin tur att härleda slutsatser kring om det finns starka eller svaga skäl till generaliseringar inom vinrecensioners betygsättning. Den kvantitativa empirin omfattar 589 observationer som kodats in i Excel och SPSS för bearbetning.

¹ Tasteline, Allt om Mat, Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Vinklubben, ICA Kuriren, Sydsvenskan, Göteborgsposten, Dagens Industri, Livets Goda och TV4

² <http://vinbanken.se/2011/09/29/sveriges-storsta-mattidning-knyter-till-sig-anders-rottorp/>

4.1.4 Insamling av kvantitativ data

Vi insamlade data gällande samtliga av Vinkattens inkluderade vinkritiker: Camilla Settlin och Ulrika Karlsson för Tasteline, Mikael Mölstedt för Svenska Dagbladet, Bengt-Göran Kronstam för Dagens Nyheter, Charlotte Sjögren för ICA Kuriren, Anders Fagerström för Sydsvenskan, Thomaz Grehn för Göteborgsposten, Anders Röttorp för Dagens Industri, ibland Anders Melldén för Livets Goda samt Jens Dolk för TV4. För tidskrifterna Allt om Mat och Vinklubben specificerades inte någon individuell recensent medan det för Livets Goda i majoriteten av fallen ej angavs någon recensent.

Vi jobbade oss successivt igenom listorna, vin för vin, samtidigt som vi förde över all relevant information till ett Excel-dokument enligt tidigare överenskommen mall. Valet att jobba oss neråt från viner med toppbetyg föll naturligt i och med hemsidans utformning. Variablerna som registrerades var: pris, alkoholhalt, temperatur, utförlighet, vinkategori (rött/vitt), mat/ej matrekommendation, flaskvariabler (flaska, färg flaska, etikett, färg etikett, kork) smakvariabler (torrt, kryddigt och mustigt, fylligt och smakrikt, fruktigt och smakrikt, stramt och nyanserat, ungdomligt, friskt och fruktigt, aromatiskt) landsvariabler (Italien, Frankrike, Spanien, Sydafrika, Portugal, Australien, Tyskland, Argentina, USA, Storbritannien, Nya Zeeland), 42 olika regioner från länderna samt 55 olika druvsortsvariabler. Alla variabler utom pris, alkoholhalt, temperatur, utförlighet, vinkategori, matrekommendation och flaskvariablerna utgjordes av dummyvariabler. Tanken var att informationen skulle kunna analyseras via regression vilket skulle ge oss en snabb förklaring till våra forskningsfrågor.

Antal observationer för rött vin adderades ihop till 325 och de för vitt till 264, totalt 589 observationer.

4.1.5 Undersökningsvariabler

Tanken med den kvantitativa datainsamlingen var att registrera information som skulle möjliggöra en sifferanalys av det vi tagit reda på i Studie 1 och som vår teori belyste på ett intressant sätt, där variablerna är de som precis nämnts i avsnitt *4.1.4 Insamling av kvantitativ data* ovan. Vi samlade in så många variabler som möjligt då vi inte ville råka utesluta en potentiellt viktig variabel på grund av okunskap. Om en variabel exkluderades låg anledningen oftast i att för små skillnader förelåg i datan för att kunna ge informationsrika analyser.

4.1.6 Skala och mätmetoder

Kritikernas betyg standardiserades genom att omvandlas till procentform, vilket lade grunden för vår 100-poängsskala (20% är 20 poäng, 40% är 40 poäng och så vidare). Skalan är inte att anses som kontinuerlig då kritikernas betyg i vår studie översatts till en mycket mer finkänslig skala än de själva brukar. Detta gjordes då olika tidskrifter använder olika skalor vid betygssättning vilket kan ge ett skevt resultat i analysen. Alla variabler utom pris, alkoholhalt, temperatur, utförlighet, vinkategori, matrekommendation och flaskvariablerna utgjordes av dummyvariabler.

4.1.7 Validitet och Reliabilitet

Se Studie 1 för inledande definitioner.

Reliabilitet

Gällande den kvantitativa datainsamlingen fick vi en bredd i bedömningar då 11 olika forum och 12 olika vinkritiker användes. Å andra sidan finns det med största sannolikhet andra tidskrifter som genom vårt val av Vinkatten.se utesluts. Dock anser vi att vi har bredd nog för att kunna se skillnader, och i och med våra 589 observationer anser vi att vår reliabilitet kan konkluderas vara väldigt hög. Analyser av data har skett i SPSS och STATA parallellt och vi har främst fokuserat på korrelationer mellan betyg och olika faktorer samt att köra regressioner för att se om det finns vissa aspekter av ett vin som har större påverkan på det slutgiltiga betyget eller inte. Vi har även tagit fram deskriptiv data kring vin och vinkritiker för att se skillnader och likheter.

Validitet

Då vi använt oss av både kvantitativ samt kvalitativ data samt intervjuat personer med olika perspektiv på vinbranschen har vi genom triangulering, dvs. undersökning genom olika synvinklar, ämnat höja den interna validiteten på vår sammantagna studie (Malterud, 1998.) Med två kvalitativa intervjuer samt 589 kvantitativa observationer anser vi den interna validiteten hög, särskilt då flera observationer per vin samlats in, och det i vissa fall funnits flera observationer för kritiker och samma vin.

Genom den variation i vinkritiker/forum för vinbedömning varifrån våra observationer samlats in anser vi att vårt urval, trots att vissa forum och vinkritiker utelämnats, till hög grad är representativ för populationen, och därmed bidrar till en hög extern validitet för studien. Då vinkritiker/forum valts med grund i tillgänglighet kan inga subjektiva urvalskriterier anses påverka resultatet. Vi tror att våra generella slutsatser förutom en överförbarhet på resten av vinkritikerpopulationen till stor del kan användas även på kritiker inom andra kulturella industrier, om än att specifika variabler i dessa fall bör substitueras mot andra.

4.1.8 Analysmetod

Data från den kvantitativa insamlingen har samlats in och registrerats i Microsoft Excel och analyserats via det statistiska programmet "IBM SPSS Statistics". För det deskriptiva resultatavsnittet brukades Excel, där syftet var att på ett så överskådligt sett som möjligt samla information för läsaren i tabeller. En blandning mellan pivottabeller och Excelformler användes för att sammanställa informationen.

För att försöka utröna variabler som kan förklara betyget i en recension skapades en regressionsmodell för varje enskild recensent i SPSS. Tanken var att varje recensent skulle få en rad signifikanta variabler med ett visst koefficientsvärde som skulle förklara just den recensentens betyg. När de olika recensenternas variabler sedan jämfördes skulle det framgå om vissa variabler återkom och därmed gav anledning att tro att de kunde förklara betygsättning hos vinkritiker generellt. Durbin-Watson-tester utfördes för varje regression och regressionsmodellernas ANOVA-signifikansnivå (gräns = 0,05) användes för att avgöra om modellerna som helhet kunde accepteras eller ej varefter de individuella variablernas signifikansnivå kontrollerades (gräns = 0,05). Tanken var att på ett så objektivt och effektivt sätt som möjligt analysera all data som tillhandahölls på Vinkatten.se.

Icke-parametriska t-tester och korrelationsundersökningar utfördes för att testa forskningsfrågorna i Studie 2 då observationsunderlaget ofta skiftade i antal och i många fall låg under 30 baserat på jämförelsekriterierna vilket innebär att vi inte kunde anta en normalfördelning, vinbetygen har olika skalor och variablerna inte är kontinuerliga.

4.2 RESULTAT

4.2.1 Deskriptiv data

Av generellt intresse för läsaren är att alla viner inte recenserades av alla recensenter. Recensenterna anges nedan med initialer: CS/UK för Camilla Settlin/Ulrika Karlsson, Vg för Vingruppen, MM för Mikael Mölsted, BGK för Bengt-Göran Kronstam, CSj för Charlotte Sjögren, AF för Anders Fagerström, TG för Thomaz Grehn, AR för Anders Röttorp, JD för Jens Dolk, LG för Livets Goda, AM för Anders Melldén, Vk för Vinklubben och O för okänd.

Med utgångspunkt i recensenter

Recensionerna från Vingruppen (231 st) och Tastelines Camilla Settlin och Ulrika Karlsson (110 st) omfattade mer än hälften av studiens 589 recensioner. Båda tenderade vidare till att recensera flera årgångar av ett och samma vin. I termer av utförlighet låg normen kring korta och koncisa utlåtanden där undantaget utgjordes av Camilla Settlin och Ulrika Karlsson vars recensioner var markant mer utförliga och tenderade att inkludera bakgrundsinformation om producenten. I regel använde de sig av ett beskrivande och mer deskriptivt språk än sina kollegor. Vingruppen, Camilla Settlin och Ulrika Karlsson, Bengt-Göran Kronstam och Anders Röttorp var de enda recensenterna som bidrog med fler än 30 st. recensioner, vilket var av vikt vid regressionsanalyserna.

Tabell 1: Deskriptiv statistik över undersökta vinkritiker

Recensent	Antal recensioner	Median	Min	Max	≤ 20 p	21-40 p	41-60 p	61-80 p	81-100 p	% 81-100 p
CS/UK	110	80	40	100	0	1	23	55	31	28,18%
VG	231	75	20	100	2	2	19	117	91	39,39%
MM	28	100	60	100	0	0	1	7	20	71,43%
BGK	69	100	60	100	0	0	3	21	45	65,22%
CSj	16	90	60	100	0	0	1	7	8	50,00%
AF	11	80	60	100	0	0	3	5	3	27,27%
TG	23	80	60	100	0	0	6	6	11	47,83%
AR	36	100	60	100	0	0	1	9	26	72,22%
JD	15	83	80	100	0	0	0	7	8	53,33%
LG	9	100	80	100	0	0	0	2	7	77,78%
AM	7	100	80	100	0	0	0	2	5	71,43%
VK	15	80	60	100	0	0	2	8	5	33,33%
O	19	80	40	100	0	1	2	7	9	47,37%
Grand total	589				2	4	61	253	269	

Not: Recensent, antal recensioner, betygsmedian, min och max, antal betyg i klasserna upp till 20, 41-60, 61-80, 81-100 samt procent av betyg mellan 81-100. CS/UK = Camilla Settlin, VG = Vingruppen, MM = Mikael Mölsted,

BGK = Bengt-Göran Kronstam, CSj = Charlotte Sjögren, AF = Anders Fagerström, TG = Thomaz Grehn, AR = Anders Röttorp, JD = Jens Dolk, LG = Livets Goda, AM = Anders Melldén, VK = Vinklubben, O = Okänd

Vinpriserna började på 54 SEK och pristaket för recenserade viner i nio utav tolv fall låg på eller under 308 SEK med ett generellt medelpris på 123 SEK för samtliga viner. Recensenterna med högre pristak var Charlotte Sjögren (ICA-Kuriren), Jens Dolk (TV4) och Vingruppen (Allt om Mat), som recenserat ett exceptionellt dyrt vin på 1161 SEK. Medelvärdet för alkoholhalt var 12-13% för samtliga recensenter, och urvalets snitt var exakt 13,03%. Det lägsta betyget sattes av Vingruppen (20 poäng) och alla recensenter satte vid ett eller annat tillfälle högsta betyg i sina recensioner (100/100). Medianbetyget låg i alla fall utom Vingruppens (75 poäng) på 80 poäng eller högre. Högst medianpoäng (100 poäng) hade Mikael Mölstad (SvD), Bengt-Göran Kronstam (DN), Anders Röttorp (DI), Livets Goda och Anders Melldén (Livets Goda när recensent specificerades). I absoluta tal sattes flest höga betyg av Vingruppen (91 st) men procentuellt satte Livets Goda, Anders Röttorp (DI), Anders Melldén (Livets Goda) och Mikael Mölstad (SvD) flest höga betyg i nedstigande ordning: över 70 % av alla deras för studien insamlade betyg var högsta betyget. Betygen överlag var tydligt fördelade åt den övre delen av skalan, definierat som ett betyg mellan 61-100. 43 % av betygen sattes i kategorin 61-80 poäng och 45 % av betygen i kategorin 81-100 poäng. Vingruppen och Vinklubben var de enda recensenter som satte betyg lägre än 40 poäng. Ovan resultat hade kunnat förväntas då Vinkattens upplägg uteslöt viner med för låga poäng genom vårt valda insamlingssätt.

Med utgångspunkt i länder

Frankrike (180 st.), Italien (126 st.), Sydafrika (63 st.) och Portugal (51 st.) representerade större delen av studiens recensioner. Samtliga andra länder producerade under 40 st. var av recensionernas viner. Lägst antal recensioner gjordes på viner från Nya Zeeland och Chile, som endast bidrog med 9 viner vardera till studien.

Tabell 2: Deskriptiv statistik avseende de recenserade vinernas geografiska hemvist fördelat över recensenter

Land/Recensent	CS/UK	Vg	MM	BGK	CSj	AF	TG	AR	JD	LG	AM	Vk	O
Argentina	5	9	1	1									
Australien	8	17	1	6			2	1	1		1	1	1
Chile	3	2	1	1		1	1						
Frankrike	30	65	12	22	8	3	7	9	6	2	4	8	4
Italien	23	51	7	15	4	3	2	11		2		1	7
Nya Zeeland	2	2	1				1		2		1		
Osterrike	5	10	1	2		2	2	2	2	2	1		
Portugal	9	20		5	2	1	5	5	1				3
Spanien	7	13	1	3				1	1			2	1
Sydafrika	10	24	1	10	2	1	3	5	1	2		1	3
Tyskland	4	10	2	3				2				2	
USA	4	8		1					1	1			
Summa	110	231	28	69	16	11	23	36	15	9	7	15	19

Not: Antal recensioner per land och recensent

Lägst betyg erhöill ett Nya Zeeländskt vin (20 poäng) med ett franskt vin inte långt därefter (25 poäng). Maxbetyget 100/100 erhöills vid något tillfälle av alla länder och medianbetyget var 80 poäng eller högre för samtliga länder utom Argentina (77,5 poäng). Flest höga betyg i absoluta tal gavs till Frankrike (180 st.) respektive Italien (126 st.), vilket var i linje med antalet viner dessa två länder representerade i studien. De fyra länder där över 50 % av alla viner erhöill högsta betyg, i nedstigande ordning, var USA, Nya Zeeland, Chile och Italien; tre av fyra länder ligger i Nya Världen.

Tabell 3: Deskriptiv statistik avseende de recenserade vinernas geografiska hemvist

Land	Antal recensioner	Median	Min	Max	≤20 p	21-40 p	41-60 p	61-80 p	81-100 p	% 81-100 p
Argentina	16	77,5	50	100	0	0	4	6	6	37,50%
Australien	39	80	60	100	0	0	6	14	19	48,72%
Chile	9	100	40	100	0	1	3	0	5	55,56%
Frankrike	180	80	25	100	0	3	15	78	84	46,67%
Italien	126	100	50	100	0	0	8	48	70	55,56%
Nya Zeeland	9	100	20	100	2	0	0	2	5	55,56%
Osterrike	29	80	50	100	0	0	6	15	8	27,59%
Portugal	51	80	50	100	0	0	5	21	25	49,02%
Spanien	29	80	60	100	0	0	2	17	10	34,48%
Sydafrika	63	80	50	100	0	0	8	27	28	44,44%
Tyskland	23	80	60	100	0	0	4	13	6	26,09%

USA	15	100	75	100	0	0	0	6	9	60,00%
Summa	589				2	4	61	247	275	

Not: Antal recensioner, median, min och max, antal recensioner i grupperna upp till 20 p, 21-40 p, 41-60 p, 81-100 p och procentuellt antal recensioner 81-100 p

Amerikanska viner recenserades av Camilla Settlin och Ulrika Karlsson (Tasteline), Vingruppen (Allt om Mat), Bengt-Göran Kronstam (DN), Jens Dolk (TV4) och Livets Goda. Nya Zeeländska viner recenserades av Camilla Settlin och Ulrika Karlsson (Tasteline), Vingruppen (Allt om Mat), Mikael Mölsted (SvD), Thomaz Grehn (Göteborgsposten), Jens Dolk (TV4) och Anders Melldén (Livets Goda). De chilenska vinerna betygsattes av Camilla Settlin och Ulrika Karlsson, Vingruppen, Mikael Mölsted, Bengt-Göran Kronstam, Anders Fagerström och Thomaz Grehn. Samtliga recensenter betygsatte ett italienskt vin. Återkommande för de fyra toppländerna var alltså Camilla Settlin och Ulrika Karlsson och Vingruppen, de två största betygsättarna. Betygen var avrundat fördelade med 1 % av betygen mellan 0-40 poäng, 10 % mellan 40-60 poäng, 42 % mellan 61-80 och 46 % mellan 80-100 poäng. Frankrike erhöll både flest höga (61-100) och låga betyg (0-60).

Med utgångspunkt i viner

Bland de fem viner som fått 100 poäng i snitt kommer 60 % från Italien och 40 % från Frankrike. Bland vinerna från Italien kommer två av dem, dvs 67 % från Toscana där båda är Negroamaro medan det tredje är ett Verdicchio från Marche. Bland vinerna från Frankrike är en av dem ett Chardonnay från Bourgogne och ett av dem är av okänd druva från Rhône-dalen. 60 % av topp 5-vinerna är vita, 40 % röda.

Bland de 32 viner som fått 90 i medelbetyg eller över representeras åtta olika länder, där Frankrike stod för 40,6 %. Näst representerat var Italien med 28,1 % följt av Australien med 9,4%. När det kom till region var 19 st representerade totalt där Toscana stod för 12,5% och Loire samt Bourgogne för 9,4 % av totalen. Totalt 19 olika druvor kunde finnas bland Topp 32-vinerna där Negroamaro samt Chardonnay vart stod för 12,5 % och Shiraz samt Sauvignon Blanc stod för 9,4 % vardera. 9,4 % av toppvinerna hade inga observationer gällande druva. Av Topp 32-vinerna var 53,1 % vita och 46,9 % röda.

4.2.2 Korrelationer och regressioner

Se 4.1.9 *Analysmetod* för en diskussion av de statistiska metoder som använts.

Hur stor konsensus råder det bland vinkritiker ifråga om betygsättning?

Vi undersökte även konsensus i vinkritikernas omdömen/betyg, närmare bestämt korrelerade vi varje bedömning av kritikerna med varandra. Detta skedde med hjälp av den icke-parametriska Spearmankorrelationen med grundkriteriet att minst 10 stycken recensioner måste ha gjorts på samma viner av ett kritikerpar, vilket endast 15 stycken korrelationsundersökningar kunde uppfylla. Röda och vita viner undersöktes separat och rådata låg till grund för analysen då det upptäcktes att vissa korrelationer gick förlorade om man använde omarbetade betyg vilket hade lett till en missvisande analys.

Tabell 4: Grad av konsensus bland vinrecensenter, röda viner

Konsensus mellan recensent	Rs	N
CS/UK - VG	,007	54
CS/UK - MM	,076	12
CS/UK - BGK	,198	33
CS/UK - AR	,399	17
VG - MM	-,091	12
VG - BGK	,144	39
VG - AR	,222	22
BGK - AR	-,151	15

Not: Konsensus beräknas med hjälp av Spearmans korrelation utifrån rådata, minst 10 observationer som sammanträffar. Signifikanta resultat markeras med en asterix.

Tabell 5: Grad av konsensus bland vinrecensenter, vita viner

Konsensus mellan recensent	Rs	N
CS/UK - VG	-,146	44
CS/UK - BGK	-,259	21
CS/UK - AR	*,824	10
VG - MM	-,441	10
VG - BGK	-,061	25
VG - AR	,255	13
VG - VK	,160	13

Not: Konsensus beräknas med hjälp av Spearmans korrelation utifrån rådata, minst 10 observationer som sammanträffar. Signifikanta resultat markeras med en asterix.

Som framgår i tabell 4 ovan korrelerar till exempel Camilla Settlin/Ulrika Karlssons omdömen positivt med Vingruppen, Mikael Mölsted, Bengt-Göran Kronstam och Anders Röttorp. Vad som avgör om vi kan säkerställa detta statistiskt och säga att det är det generella fallet är dock signifikansnivån, där signifikanta korrelationer markerats med en asterix i tabellerna.

Kritikergruppen visade överlag en väldigt låg nivå av statistiskt signifikant konsensus. Den enda giltiga korrelationsobservationen som var statistiskt signifikant var den mellan Camilla Settlin/Ulrika Karlssons och Anders Röttorps omdömen ifråga om vita viner, som var starkt positiv ($R_s = 0,824$, $p < 0,05$). Antingen föreligger ett påverkanssamband mellan Camilla Settlin/Ulrika Karlsson och Anders Röttorp just ifråga om vita viner eller så har de väldigt snarlik smak. Här kan man spekulera i vem som påverkar vem baserat på de medier som kritikerna framträder i; till exempel recenserar Anders Röttorp för flera stora tidsskrifter, såsom DI och Matglädje², vilket gör att han möjligtvis har större chans att påverka sina kollegor än till exempel Camilla Settlin/Ulrika Karlsson, vars recensioner endast finns online på Tastelines hemsida. Påverkanssambandet går dock att ifrågasätta då kritikerna inte korrelerade i båda vinkategorierna.

Leder mer kunskap om ett vin till ett högre betyg?

För att undersöka om vinkritikerna tenderade att sätta högre betyg på viner de visste mer om, vilket vi mätt genom utförlighet i recensionstexten, undersökte vi korrelationen mellan utförlighet och betyg. Denna visade sig vara statistiskt insignifikant, alltså går det ej att härleda något samband mellan utförlighet och betyg åt endera hållet (Appendix, avsnitt 7). Det är viktigt att notera att graden av utförlighet i recensionen inte är en perfekt mätning av den egentliga kunskapen som vinkritikern har om varje vin, och resultaten hade därmed kunnat skilja sig vid en mer tillförlitlig mätning.

Kan man förklara en kritikers betyg genom en regression?

Genomförda regressioner var ej signifikanta. Detta kan härledas till att dataunderlaget för flera kritiker understeg 30 observationer.

² <http://vinbanken.se/2011/09/29/sveriges-storsta-mattidning-knyter-till-sig-anders-rottorp/>

Hur inverkar geografi på betygsättningen?

Därtill undersöktes om de klassiska vinregionerna hade högre/lägre betyg än övriga regioner. Detta grundade sig delvis i Studie 1 där det talades om vissa prestigeviner och regioner som bara genom sitt ursprung kunnat skapa förväntningar i vinkritikern och influera betygssättningen (typexemplet är regionen Champagne). Hypotestestningen gjordes på vita och röda viner tillsammans via ett oberoende t-test, som visade att betygen på viner från klassiska regioner inte skiljde sig från icke-klassiska regioner (Appendix, avsnitt 7).

Indelningen i klassisk/icke-klassisk bestämdes av vi på basis av Studie 1 tillsammans med några generella informationssökningar online, med Europa som geografisk avgränsning för vad som får anses vara klassiskt. Således har termen "klassisk" definierats utifrån vad vi identifierat som allmän konsensus. Urvalet bestod av de franska regionerna Rhônedalen, Bourgogne, Loire och Bordeaux, de italienska regionerna Trentino och Toscana samt de spanska regionerna Rioja och Rias Baixas.

Efter att ha undersökt regioners inverkan på betygsättning ville vi se om viners ursprungländer inverkar på betyg. Antalet observationer tillgängliga i databasen innebar en begränsning för den statistiska analysen rent kvalitetsmässigt varför vi valde att undersöka de två länderna med flest viner som recenserats, nämligen Italien och Frankrike.

Tabell 6: Jämförelse av betyg av olika länders viner

Jämförelser	Mean Median ^a	Mean Rank ^b	Z
Italien vs. Frankrike	91,0 v. 87,1	37,5 v. 30,7	1,50
Italien vs. Resten av världen ^c	91,0 v. 85,7	48,5 v. 37,2	*2,14
Frankrike vs. Resten av världen ^d	87,1 v. 85,7	49,2 v. 45,4	0,70
Gamla Världen ^e vs. Nya Världen ^f	87,4 v. 87,0	61,7 v. 59,1	1,00

Not: * $p < 0,05$.

a. Genomsnittet av kritikernas medianbetyg

b. Indikation av skillnaden mellan två grupper

c. Exklusive Frankrike

d. Exklusive Italien

e. Italien, Frankrike, Spanien, Portugal, Tyskland, Storbritannien, Österrike

f. Sydafrika, Australien, Argentina, Chile, USA, Nya Zeeland

Beträffande italienska viner fann vi att de var förknippade med högre betyg än viner från övriga länder (exklusive Frankrike). Alltså håller italienska viner antingen konsekvent högre nivå

kvalitetsmässigt än icke-italienska viner, eller så har studiens vinkritiker en viss faiblesse för just de italienska vinerna.

Baserat på vår insikt i att Gamla och Nya Världens förutsättningar för vinodling skiljer sig åt och att den Gamla Världens mikroklimat gör årgångar viktiga att känna till, utformade vi en hypotes att variansen i betyg skulle vara högre för den Gamla Världen.

Hypotesen visade sig inte stämma då ingen statistisk skillnad framgick, vilket alltså indikerar att Europas mikroklimat och särskilda förutsättningar till trots, så varierar inte betygen mer i Gamla Världen. Överlag håller alltså Gamla Världen samma standard i kvalitet som den Nya Världen. Viktigt är att notera att viner från uppenbart dåliga årgångar kan ha en tendens att inte recenseras till lika hög grad, varför resultaten hade kunnat se annorlunda ut vid oselektiv vinbedömning.

Korrelerar pris och betyg?

För att anknyta till intervjun med Hélène Westelius i Studie 1 ville vi utforska om det föreligger en skillnad i betyg mellan den Gamla Världen och Nya Världen med grund i Nya Världens mer liberala restriktioner för vinproducenter och tendenser att producera bulkviner, och ifall detta kan knytas till prissättningen på vin. Tesen var att pris och betyg skulle korrelera positivt efter att ha läst Frédéric Brochets arbete om förväntningarnas påverkan.

Tabell 7: Korrelation mellan pris och betyg

Korrelation mellan pris och betyg för:	Rs ^a	N ^b
CS/UK	,297*	101
VG	-,067	117
MM	-,064	23
AF	-,040	65
TG	,355	14
AR	-,513	10
JD	,256	17
LG	-,372*	35
AM	,431	12
VK	0,100	13

Not: * $p < 0,05$, markör för signifikant korrelation

a. Spearmans icke-parametriska korrelation

b. Minst 10 observationer

Resultatet visade att det för två recensenter, Camilla Settlin/Ulrika Karlsson och Anders Röttorp, faktiskt är fallet att pris och betyg korrelerar men ingendera särskilt starkt. För Camilla Settlin/Ulrika Karlsson korrelerar pris positivt med betyg ($R_s = 0,297$, $\rho < 0,05$) medan Anders Röttorp korrelerar negativt ($R_s = -0,372$, $\rho < 0,05$). Vidare visade det sig att Nya Världsviner är billigare än Gamla Världsviner. Sammantaget indikerar resultaten att för en minoritet av recensenter korrelerar pris svagt med betyg men att man i stort kan producera billigare viner som bibehåller kvaliteten och kritikernas uppskattning, som alltså i de flesta fall beror på annat än pris. För de kritiker som påverkas av pris spelar förväntningars påverkan och kritikens ryktesskapande in, vilket avhandlas i avsnitt 4.2.3 *Slutsatser av statistiska metoder*.

Får matviner bättre betyg än pratviner?

För att testa om matviner gjorde bättre ifrån sig i recensioner än pratviner (rekommenderas som social dryck) gjordes ett oberoende icke-parametriskt t-test med resultatet att ingetdera betygsätts högre. Forskningsfrågan grundade sig i Studie 1 där Hélène Westelius uttryckte sig: “Jag tror att pratvinerna får högre betyg av folket (Appendix, avsnitt 7). Av vinrecensenter så får matviner högre betyg. En vinrecensent tänker ju liksom alltid ett steg till - vad äter vi till?”.

Har vinkritiker smakpreferenser?

Slutligen testade vi viners fruktighet som underlag för betyg utifrån Héléne Westelius påstående om att fruktiga viner är “populistiska” och om detta i så fall skulle innebära att de uppskattas mindre bland de mer raffinerade smaknormerna hos vinkritiker. Resultatet av vårt Mann-Whitneytest var att fruktighet inte föranleder lägre betygsättning (Appendix, avsnitt 7). Detta indikerar att fruktighet uppskattas lika mycket som andra smaker hos kritikerna, eller att de har förmåga att objektivt analysera ett vin utifrån de bedömningskriterier som gäller oavsett personlig smakpreferens. Vi kan också koppla tillbaka till kluvenheten mellan allmänheten och experterna och ett eventuellt driv att recensera viner som uppskattas av folket, vilket ofta baserar sig i fruktiga och söta viner med hög alkoholhalt (Westelius, 2013).

4.2.3 Slutsatser av statistiska metoder

För att sammanfatta undersökningen av forskningsfrågorna kan det alltså konstateras att vi inte lyckats identifiera några generella variabler med vilka vinkritikers betyg kan förutspås och att

ingen hållbar regressionsmodell kunde skapas. Klassiska regioners betyg skiljer sig inte från icke-klassiska regioner men italienska viner håller antingen högre genomgående kvalitet alternativt så föredras italienska viner då de säkerställt erhållit ett högre medelvärde och därmed en annorlunda distribution än icke-italienska viner. Detta verkar stämma med industrin i stort³. Nya Världen-viner är billigare än Gamla Världens men betygen skiljer sig inte åt. För två av tolv vinkritiker korrelerar pris med betygsättningen vilket innebär att antingen förväntningar eller ryktesskapande influenser finns för vissa recensenter. Gamla Världens vinbetyg varierar inte mer än hos Nya Världen, mikroklimat och särskilda förutsättningar till trots, vilket ger anledning att tro att antingen så inverkar inte årgångar nämnvärt eller så har producenterna i Europa lyckats kvalitetssäkra sina viner. Betygsdistributionen och medianen skiljer sig inte mellan matviner och pratviner, så alltså sätter inte vinkritiker högre betyg på viner som avnjuts till mat fastän Studie 1 indikerar detta. Slutligen konstateras att fruktighet inte föranleder lägre betygsättning än andra smakkategorier: antingen uppskattas fruktighet lika mycket som andra smaker hos kritiker eller så existerar en förmåga att objektivt betygsätta ett vin oavsett personlig preferens ifråga om smak.

Italien och Frankrike får i absoluta termer högst betyg och har tillsammans en 100% närvaro bland Topp 5-viner och 68,7% bland de 32 högst rankade vinerna. Dock är det endast italienska viner som statistiskt säkerställt får högre medelbetyg än alla andra länder. Detta stämmer överens med informationen vi fått genom våra djupintervjuer, där Frankrike och Italien båda framställs som anrika länder inom vinproduktion. Medelpriset bland topp 5-vinerna var 149 kronor (min: 59, max: 289) vilket då det är över 123 kronor tycks vara smärtgränsen för många svenska konsumenter (Westelius, 2013): vinkritiker måste väga in värde för pengar i sin recension. Vinkritiker tycks ha väldigt utförlig information kring viner som testas vilket efter våra slutsatser alltså med största sannolikhet inte inverkar på själva betygsättningen utan snarare på den standard vinet bedöms med. Att både Toscana och Bourgogneregionerna finns med bland topp 5 känns föga förvånande då båda dessa nämns som högt rankade regioner i våra djupintervjuer: generationers vinodlande har gjort producenterna extremt kunniga och det finns en väletablerad mall mot vilken vinerna skall vägas.

³ <http://www.dn.se/mat-dryck/dryck/bengt-goran-kronstam-italien-blev-arets-vinland-i-sverige>

4.3 DISKUSSION

Sammantaget ser vi att det går inte att förutspå vilket betyg ett vin skall få genom en rent matematisk vägning eller analys av variabler för det generella fallet och det finns därmed inga särskilda variabler som i samtliga fall signifikant kan mätas till att vare sig ha en positiv eller negativ inverkan på betyget. Detta kan bero på två saker; antingen bedömer vinkritikerna objektivt och deras tillförlitlighet kan anses hög, eller så är de individuella fallen så pass olika gällande exempelvis bakgrundsinformation, testtillfälle, stämning och så vidare, att betygen kan anses godtyckliga i största allmänhet och att det genom det inte finns någon särskild indikativ variabel. Detta går emot Jasons (2002) teorier kring experters råd, om än att detta grundar sig i finansbranschen som i grund och botten inte är lika subjektiv som den för vinkritiker. Erfarenhet och kunskap är två betydande faktorer för god betygsättning (Ashton, 2012), och med den expertis som vinkritiker har medkommer också andra referensramar. Skillnaden mellan att ha tillgång till viss information eller inte har med största sannolikhet högre betydelse för experter än för amatörer för vilken informationen inte säger lika mycket. Preferenser kan då bli ett resultat av erfarenhet och kunskap (Ashton, 2012) men i bemärkelsen att vinkritikern föredrar ett bra vin baserat på de förutsättningar det har samt hur ett gott vin av given stil bör smaka. Paletten av personliga preferenser bör kunna läggas åt sidan som kritiker, då en viss objektivitet bör kunna appliceras. En enkel jämförelse är att en god kock skall kunna avgöra kvaliteten på flera olika rätter därför att hen vet hur rätten skall smaka oberoende av vad kocken gillar att äta privat. Detta anknyter till Beunza och Garuds (2005) teori om *“frame-makers”*: vilken ram man utgår ifrån påverkar drastiskt värderingen av ett visst företag, och hur ett vin av viss stil bör smaka ligger till grund för dess bedömning.

Då tidigare studier visat på att det i flera fall skett att omdömen påverkats av pris drar vi slutsatsen att förväntningarnas påverkan till viss del styr Camilla Settlins/Ulrika Karlssons bedömningar, då den är positiv. Vår spekulation är att det med största sannolikhet inte ligger i kritikerns intresse att medvetet sätta högre betyg på dyrare viner då det vore en uppenbar underminering av tillförlitligheten om det skulle uppdagas. Att Anders Röttorp verkar sätta lägre betyg på dyrare viner kan knytas till ryktesskapande: genom att gå emot den typiska logiken kan kritikern vinna poäng hos konsumenter som uppfattar det som ett tecken på större ärlighet eller som omedvetet försöker bevisa för sig själva att pris inte behöver betinga högre kvalitet.

Vinkritiker kan ha en enorm påverkan på vinmarknaden och prissättning, något som fallet med Robert Parker illustrerar bäst. Ett kritiskt steg på vägen mot framgång som vinproducent ligger i att få sitt vin recenserat. Då vinbedömningen som nämnt inte har någon föreskriven mall rörande dess utförande så ligger fältet öppet för marknadsföring från producenterna i form av gratis skickade viner samt inbjudningar till luncher och middagar. Det kan diskuteras om detta är ett rättvist sätt att utföra vinrecensioner på då konsumenterna inte vet hur det kom sig att vinet testades i första hand, och det kan argumenteras att detta utgångssätt inte är helt moraliskt. Å andra sidan så betyder inte ett test av ett vin eller ens en recension att det kommer leda till positiva resultat. "Det kan lika gärna floppa" säger Hélène. Cameron (1995) nämner detta fenomen i sitt arbete om kulturkritikerns roll där fribiljetter till konsumtion kan bli avgörande för framtida konsumtion. Faktumet är dock att utbudet av vin är så stort att urval måste göras på något sätt, och frågan är om ett slumpmässigt val på Systembolaget bidrar till ett slutgiltigt bättre resultat eller inte. Vare sig en producent väljer att skicka viner till kritiker eller inte är deras beslut, men ultimatum har alla ändå den möjligheten till marknadsföring, då det trots mindre budgetar för mindre vinproducenter inte är en överdrivet stor investering att avvara en flaska av sitt egenproducerade vin.

5. ALLMÄN DISKUSSION

Syftet med denna uppsats var att få en djupare förståelse för, beskriva och analysera faktorer som påverkar vinkritikers bedömning av viner, samt undersöka de bakomliggande processerna för vinbedömningar för att försöka nå en slutsats om vare sig det är rationellt att lyssna till vinkritikers bedömningar eller inte. Nedan följer en sammanfattning av vårt arbete och våra slutsatser kring ovan nämnda syfte.

5.1 SAMMANFATTNING

I den genomförda studien av vinkritikens tillförlitlighet har två studier gjorts bestående av 1) djupintervjuer och 2) en omfattande statistisk analys av framstående kritikers vinrecensioner. Vinkritik är en högst subjektiv bedömningsmetod och går ej att konsekvent förutspå med hjälp av externa variabler som finns tillgängliga i vinrecensioner online. På grund av att olika slags viner skiljer sig åt applicerar därför vinkritiker olika bedömningskriterier beroende på vinet. Vad

som är idealt för ett visst vin lär man sig med erfarenhet, vilket gör bakgrundsinformation extremt viktig för att betygsättningen skall kunna rättfärdigas. Förväntningar påverkar i hög grad bedömningen och för ett fåtal kritiker påverkar även egenbehovet av ryktesskapande. Konsensus vinkritiker emellan har funnits vara låg i studien fastän det ligger i kritikernas intresse att ett visst mått av konsensus skall existera för att konsumenten skall ha något värde av det. Sammantaget är därför inte vinkritikens tillförlitlighet särskilt hög. Givet detta är det därför förvånande att vissa individer, så som Robert Parker, tilldelas så stort inflytande över prissättning och konsumtion av vin.

Flera studier visar att förväntningar (exempelvis genom pris, färg, druva) och aspekter som inte definieras av själva vinet påverkar vindrickarnas smakuppfattning, vilket gör att man kan ifrågasätta vare sig bedömningar är tillförlitliga oavsett kritikerns tidigare erfarenheter och kunskaper. Det verkar inte omöjligt att graden av godtycklighet är hög när det gäller vinkritik.

Genom vår studie önskar vi belysa den problematik som existerar i expertsamhällen inom kulturella och högst subjektiva områden, och den klyfta som skapas mellan producenterna av kritik samt konsumenterna av den. I vårt fall gäller studien vinkritiker, men det finns tydliga tecken på att samma problematik existerar i lika stor grad inom andra branscher så som film, musik, litteratur, konst och till och med kaffe.

“The essential problem of this approach is that the consumer needs a key to unlock this treasure trove in the form of the ability to appreciate the art work.” (Cameron, 1995)

5.2 KRITIK MOT STUDIEN

Vi har kategoriserat den kritik som kan föras mot vår uppsats i tre kategorier; insamling av data, den mänskliga faktorn samt begränsad tillgång till information.

5.2.1 Insamling av data

Vid insamling av den kvantitativa datan från onlinepublicerade vinundersökningar hade vi endast tillgång till de högst rankade vinerna eftersom Vinkatten endast i undantagsfall visar dåliga recensioner. Denna ansats var den enda som tillät effektiv datainsamling och möjlighet till att i ett svep registrera en större kvantitativ databas. Insamlingsmetoden kan begränsa vår analys

något då vi inte tagit med de negativa extremvärdena, det vill säga de viner som fått sämst betyg, men då dåliga viner har en tendens att inte recenseras till lika stor grad samt att vi har ett väldigt stort urval av observationer som breder ut sig över betyg som enligt våra beräkningar fortfarande ska kunna ge oss välgrundade indikationer.

För att undvika alldeles för subjektiva bedömningar av vinkritiker valde vi att utesluta de viner som hade mindre än tre recensioner knutna till sig. De flesta av de exkluderade vinerna låg i de högre prisintervallen, vilket kan ha gett en något sned representation inom de olika priskategorierna.

Då analysen av den kvantitativa datan (det vill säga vinrecensionerna) fanns online har vinpublikationer samt vinkritiker som inte inkluderats i Vinkattens databas inte inkluderats i vårt dataset. I dagens samhälle där det mesta i publikationsväg finns online, är vi ändå förvissade att våra observationer kan räknas som en tillförlitlig representation av vinbedömningar i Sverige.

5.2.2. Den mänskliga faktorn

Under vår datainsamling delades arbetet upp mellan uppsatsvi; Jonathan stod för datainsamling av vitt vin och Antonia samlade in data för rött vin. Då detta skedde parallellt kan det trots förberedande definiering av bedömningar, vilken typ av data som skulle samlas in samt hur detta skulle ske, skett personliga bedömningar som därmed kan skiljas något åt mellan de vita samt röda vinerna. Dessa skillnader bör lättast ha uppkommit i sammanhang där subjektiva bedömningar krävts, som i bedömning av "utförlighet", samt bedömningar som flask- och etikettdesign. Vi har försökt efterkorrigera vid fall då vi hittat skillnader i uppfattningar, men tror att vår data i hög grad är koherent.

5.2.3. Begränsad tillgång till information

Statistiska korrelationsundersökningar med Systembolagets försäljningssiffror hade kunnat ge oss en indikation om hur väl genomsnittsbetyget av ett vin korrelerar med försäljningen av det vinet, dock lyckades vi inte få tillgång till denna data. Vissa viner på Vinkatten saknade flask-, temperatur-, tilltuggs eller årgångsinformation.

5.3 FRAMTIDA STUDIER

Studier som mer generellt undersöker vinrecensenters påverkan av varandra hade varit intressant att titta närmare på, då våra intervjuer konstaterat att de flesta vinkritiker har bra koll på vilka betyg andra recensenter tilldelat olika viner tidigare men detta inte visat sig i korrelationerna. Om omgivningen och förväntningar har så pass stort inflytande på bedömning av vin som det tyder på, hade det varit intressant att se en betygsutveckling per vin, korrelationer mellan efterföljande recensioner, samt om någon speciell vinkritiker har större inflytande över följande recensioner än andra. Detta då H lene Westelius exempelvis nämner Anders Röttorp som skriver för Dagens Industri, Åke Larsson samt Bengt Frithiofson som "svenska Robert Parkers" med extra mycket slagkraft hos allmänheten. Bredare framtida studier av Parkers inverkan inom vinvärlden kan även vara av intresse: korrelationen mellan Parkers betyg, pris per flaska, nationella försäljningssiffror och andra vinrecensenters betyg på samma vin, både i USA samt resten av världen.

Köpbeteende i olika åldersgrupper hade varit intressant att undersöka och då vinrecensioner verkar ha mer betydelse för äldre generationer som köper vin med syftet att bjuda på det på middagar (Westelius, 2013), hade det även bidragit till industrin att förstå sig på hur samma köpbeslut görs av exempelvis ungdomar, som köper vin oftare i syfte att dricka utan mat, som så kallade "pratviner". I linje med detta hade det varit fördelaktigt att vidare undersöka flaskans betydelse på köpbeteende, hur detta skiljer sig mellan åldersgrupper, och försöka förstå vilka aspekter av flaskans design som g r den mer tilltalande i konsumenternas ögon, exempelvis genom existerande eye-tracking teknologi som kan m ta vilken punkt som drar till sig ögats uppmärksamhet.

Slutligen föreslår vi närmare studier av faktorerna som avgör vilka viner som recenseras för att fördjupa denna studie av vinkritikens tillförlitlighet: vinkritikernas egenintressen, nätverk och incitament som ett resultat av branschens struktur.

6. REFERENSER

- Ashton, R H (2012) *Reliability and Consensus of Experienced Wine Judges: Expertise Within and Between?* Journal of Wine Economics, Volume 7, Number 1, p 70-87
- Barber, B M, Loeffler, D (1993) *The “dartboard” column: Second-hand information and price pressure*, Journal of Financial and Quantitative Analysis, Volume 28, p 273-284
- Beunza, D, Garud, R (2005) *Securities Analysts as Frame-makers*, Universitat Pompeu Fabra and Stern School of Business
- Bryman, A; Bell, E. (2007). *Business Research Methods*. Oxford: Oxford University Press
- Cameron, S (1995) *The Role of Critics in the Culture Industry*, Journal of Cultural Economics, Volume 19, p 321-331
- Dawes, R M, Faust, D, Meehl, P E (1989) *Clinical Versus Actuarial Judgement*, Science, New Series, Volume 243, Issue 4899, American Association for the Advancement of Science
- Degani, A, Shafto, M, Kirlik, A (2006) *What Makes Vicarious Functioning Work? Exploring the Geometry of Human-Technology Interaction*, New York: Oxford University Press
- Ericsson, K A, Andersson, P, Cokely, E T (2005) *The Enigma of Financial Expertise: Superior and Reproducible Investment Performance in Efficient Markets*, Stockholm School of Economics and Florida State University
- Grove, W M, Meehl, P E (1996) *Comparative Efficiency of Informal (Subjective, Impressionistic) and Formal (Mechanical, Algorithmic) Prediction Procedures: The Clinical-Statistical Controversy*, Psychology, Public Policy, and Law, Volume 2, p 293–323
- Jacobsen, Dag Ingvar (2002). *Vad, hur och varför: om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Lund: Studentlitteratur

Jasen, G (2002) *Investment Dartboard: Putting away the darts after 14 years - The Wall Street Journal's dartboard ends it's run*, Wall Street Journal, pp C.1.

Johnson, E J, Weber, E U (2009) *Mindful Judgement and Decision Making*, Annual Review of Psychology, Volume 60, p. 53

Malterud K. (1998) *Att kombinera metoder. Kvalitativa metoder i medicinsk forskning*. Lund: Studentlitteratur

Mossetto, G (1993) *Aesthetics and Economics*, Springer

Mudambi, S M, Schuff, D (2010) *What Makes A Helpful Online Review? A Study of Consumer Reviews on Amazon.com*, MIS Quarterly, Volume 34, Issue 1, p 185-200, Minneapolis

Sonzogni, M (2011) *Re-Covered Rose: A case study in book cover design as intersemiotic translation*, John Benjamin's Publishing Company

Wolf, B (2005) *Brunswick's Original Lens Model*, University of Landau

Hemsidor:

Dagens ETC (2011) *Vinindustrins fula baksida*. Tillgänglig (online): <http://dagens.etc.se/reportage/vinindustrins-fula-baksida> (Senast använd: 2013-05-04)

Dagens nyheter (2008) *Blindtest: Billigt vin godast*. Tillgänglig (online): <http://www.dn.se/nyheter/varlden/blindtest-billigt-vin-godast> (Senast använd: 2013-05-04)

Dagens Nyheter (2011) *Billigt vin godare än dyrt?* Tillgänglig (online): <http://www.dn.se/mat-dryck/dryck/billigt-vin-godare-an-dyrt> (Senast använd: 2013-05-04)

eRobertParker.com (2013) *The Independent Consumer's Guide to Fine Wines*. Tillgänglig (online): <https://www.erobertparker.com/entrance.aspx> (Senast använd: 2013-05-06)

Euromonitor International (2012) *Wine in Sweden*. Tillgänglig (online): <http://www.euromonitor.com/wine-in-sweden/report> (Senast använd: 2013-05-04)

Food & Wine (2004) *Parker Predicts the Future*. Tillgänglig (online): <http://www.foodandwine.com/articles/parker-predicts-the-future> (Senast använd: 2013-05-04)

Food & Wine (2013) *Robert Parker on the Past, Present and Future of Wine*. Tillgänglig (online): <http://www.foodandwine.com/articles/robert-parker-on-the-past-present-and-future-of-wine> (Senast använd: 2013-05-04)

Livets Goda (2012) *Koll på din Sommelier - Hélène Westelius*. Tillgänglig (online): <http://www.livetsgoda.se/artikel/artikel.asp?ArtikelId=3741> (Senast använd: 2013-05-04)

PWC (2011) *Globala megatrender. Så påverkar de den svenska detaljhandeln*. Tillgänglig (online): http://www.pwc.se/sv_SE/se/detaljhandel/assets/globala-megatrender.pdf (Senast använd: 2013-05-04)

SORAD (2011) *Alkoholkonsumtion i Sverige 2011*. Tillgänglig (online): http://www.sorad.su.se/polopoly_fs/1.101086.1347868768!/menu/standard/file/Alkoholstatistik%202011.pdf (Senast använd: 2013-05-04)

Sprit & Vinleverantörsföreningen (2011) *Fakta om den Svenska Alkoholpolitiken*. Tillgänglig (online): <http://www.spritochvinleverantorererna.se/spritochvin/uploads/files/svensk-alkoholpolitik.pdf> (Senast använd: 2013-05-04)

SvD (2012) *Hjärnan spelar roll när vin ska provas*. Tillgänglig (online): http://www.svd.se/mat-och-vin/vin-ol/hjarnan-spelar-roll-nar-vin-ska-provas_7261381.svd (Senast använd: 2013-05-04)

Systembolaget (2010a) *Ansvarsredovisning 2010. Med finansiell rapportering*. Tillgänglig (online):

http://www.systembolaget.se/ImageVaultFiles/id_14079/cf_364/syb_asnvarsredo_2010.pdf
(Senast använd: 2013-05-04)

Systembolaget (2010b) *Ett Annorlunda Företag*. Tillgänglig (online):

<http://www.systembolaget.se/OmSystembolaget/Vart-samhallsansvar/Uppdrag/Ett-annorlunda-foretag/> (Senast använd: 2013-05-04)

Systembolaget (2013) *Försäljningsstatistik*. Tillgänglig (online):

<http://www.systembolaget.se/OmSystembolaget/Forsaljningsstatistik/> (Senast använd: 2013-05-04)

The Atlantic (2000) *The Million Dollar Nose*. Tillgänglig (online):

<http://www.theatlantic.com/past/docs/issues/2000/12/langewiesche.htm> (Senast använd: 2013-05-04)

The Atlantic (2011) *“You are not so smart” - Why we can’t tell good wine from bad*.

Tillgänglig (online): http://www.svd.se/mat-och-vin/vin-ol/hjarnan-spelar-roll-nar-vin-ska-provas_7261381.svd (Senast använd: 2013-05-04)

Wine Searcher (2013) *Robert Parker’s 100 Point Wines*. Tillgänglig (online): <http://www.wine-searcher.com/robertparker.lml> (Senast använd: 2013-05-06)

Intervjuer

Huvudstudie:

Intervju med Hélène Westelius 22 mars 2013, sommelier och med flera års erfarenhet inom restaurangbranschen. Har bland annat jobbat för stjärnkockarna Christer Svantesson, Stefan Holmström och vinkännaren Carl-Jan Granqvist.

Intervju med Sture Lindén 20 april 2013. Har jobbat inom import och export av vin, som Field Marketing and Brand Manager på Ernest och Julio Gallo samt rådgivare för vininvestare.

7. APPENDIX

7.1 APPENDIX 1 □ TABELLER OCH DIAGRAM

Tabell 8: Utförlighet och betyg

Correlations			Betyg av 100	Utförlighet
Spearman's rho	Betyg av 100	Correlation Coefficient	1,000	-,026
		Sig. (2-tailed)		,521
		N	589	589
	Utförlighet	Correlation Coefficient	-,026	1,000
		Sig. (2-tailed)	,521	
		N	589	589

Tabell 9: Fruktighet och betyg

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The medians of Betyg av 100 are the same across categories of Fruktigt.	Independent-Samples Median Test	,881	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Betyg av 100 is the same across categories of Fruktigt.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,857	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Tabell 10: Klassiska regioners betyg vs. Icke-klassiska regioners betyg

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The medians of Betyg av 100 are the same across categories of Classic vs New.	Independent-Samples Median Test	,146	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Betyg av 100 is the same across categories of Classic vs New.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,065	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Tabell 11: Betyg på matviner vs. pratviner

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The medians of Betyg av 100 are the same across categories of Prat vs Mat.	Independent-Samples Median Test	,792	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Betyg av 100 is the same across categories of Prat vs Mat.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,469	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Tabell 12: Antal recensioner, median, min, max och recensentbetyg för studiens viner

Vin	Antal recensioner	Median	Min	Max	CS/UK	Vg	MM	BGK	CSj	AF	TG	AR	JI
A Christmann Riesling	8	100	75	100	1	0,75	1	1					1
Allesverloren Touriga Naçional	8	100	75	100	0,8	0,75		0,8					1
Antisto Malbec	3	80	75	100	0,8	0,75			1				
Aravo Albarino	3	100	75	100	1	0,75	1						
Barolo Serralunga d'Alba Fontanafredda	6	90	60	100			1						0,8
Beane du Château Blanc Premier Cru	3	100	60	100	0,6								
Biecher Riesling	3	80	25	100		0,25			1				

Blason de Bourgogne Mâcon-Villages Chardonnay	9	100	60	100	0,6	0,8	1	1	0,8	1
Bolgarello Bianco Vermentino	3	80	75	80	0,8	0,75			0,8	
Bonterra Chardonnay	3	100	80	100	0,8	1				
Bourgogne Cuvée Margot	6	90	75	100	0,8	0,75	1			0,8
Bourgogne Les Sétilles	3	100	100	100	1	1				
Briccotondo Barbera	5	100	60	100	0,6	1	0,83			
Brolio	8	100	75	100	0,8	0,75	1	1		
Brunello di Montalcino Val di Suga	5	80	75	100	0,8	0,75		0,8		1
Capitel de'Roari Amarone	5	80	75	100	0,8	0,75		1		
Casal di Serra Classico Superiore	5	80	80	100		0,8		1		1
Cassagne-Montrachet	4	77,5	75	80	0,8	0,75	0,8			
Castello di Fonterutoli	3	100	100	100	1	1		1		
Chablis Premier Cru Fourchaume J M Brocard	5	80	75	100		0,75				1
Chablis Premier Cru Montée de Tonnerre	3	80	75	80	0,8	0,75		0,8		
Chablis Vieilles Vignes Domaine Sainte Claire	6	100	100	100	1	1				1
Château Bouscassé	6	90	60	100	1	0,6	1	0,8		
Chateau Climens	4	80	50	80		0,5			0,8	0
Château de Valois	4	100	100	100		1		1		
Château Mont-Redon Châteauneuf-du-Pape	7	80	40	100		0,75		1		0,8
Château Mont-Redon Côtes du Rhône Blanc	2	80	60	100			0,6			
Château Pech-Latt	6	90	75	100	0,8	0,75		1		1
Château Poujeaux	4	80	75	100		0,75		0,8	0,8	
Château Prat-Majou-Gay Vieilles Vignes	3	80	75	100	0,8	0,75		1		
Cheateau Fontbride	4	80	50	80	0,8	0,5				0,8
Château Bonnet	8	100	75	100	1	0,75		1	1	
Clos Henri Sauvignon Blanc	3	80	20	100	0,8	0,2	1			
Clotilde Davenne Bourgogne Blanc	3	100	75	100	1	0,75				
Cornas Les Grandes Terrasses	4	77,5	60	100	0,6	0,75	1		0,8	
Couvent des Jacobins Bourgogne Blanc	5	100	80	100	1	1		0,8		
Crozes-Hermitage	6	100	75	100	0,8	0,75		1		1
Cuvee Jean-Paul	6	67,5	60	100	1	0,75	1	0,6	0,6	0,6
Dão Casal Mor Reserva	3	100	60	100	0,6	1				1
De Loach Russian River Valley Pinot Noir	3	80	75	100	0,8	0,75				
Domaine Santa Duc Cuvée Tradition	3	80	75	80	0,8	0,75				0,8
Dr. L Riesling	8	80	60	80	0,8	0,6		0,8		
Drostdy-Hof Semillion Chardonnay	5	75	60	100	0,6	0,75		1		
Duorum	6	87,5	75	100	1	0,75		1		1
Fonterutoli	6	100	100	100	1	1		1		1
Forstreiter Sauvignon blanc & Friends	3	75	60	100	1	0,75				0,6
Garofoli Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico	3	80	80	100		0,8		1		
Georg Breur Terra Montosa Riesling	2	77,5	75	80	0,8	0,75				
Graham Beck Chardonnay Voignier	5	80	50	100	0,8	0,5		0,8		

Kevin Arnold Shiraz	4	80	75	100	1	0,75		0,8		0,8
Kim Crawford Sauvignon Blanc	6	100	20	100	1	0,2			0,8	
Kleine Zalze Celler Selection Bush Vines Chenin Blanc	3	80	50	100	0,8	0,5				
La Chapelle des Augustins	5	80	75	100	0,8	0,75		0,8		0
La Gascogne par Alain Brumont Gros Menseng-Sauvignon	6	100	80	100	1	0,8		1		1
Langhe Arneis Brico Cappellina	2	87,5	75	100	1	0,75				
Langhe Nebbiolo Fontanafredda	5	100	60	100	0,8	1				0,6
Langhe Nebbiolo La Spinetta	3	83	75	100	1	0,75	0,83			
Le Tense Sassella	5	100	80	100	0,8	1				1
Les Fumées Blanches Sauvignon Blanc	12	90	60	100		0,75		0,8	1	1 0
Leth Duett Riesling Grüner Veltliner Trocken	8	80	80	100	0,8	0,8		1		0
Leth Grüner Veltliner	8	80	80	100	0,8	0,8	1	0,8		1
Loimer Steinmassl Riesling	2	62,5	50	75	0,5	0,75				
Lurton Chardonnay Reserva	3	100	60	100	1				0,6	1
Marie d'Alsace	3	60	60	75	0,6	0,75		0,6		
Marqués de Riscal	6	80	75	80	0,75	0,8				0
Masi Amarone Costasera	3	100	80	100	0,8	1		1		
Masi Brolo Campofiorin Oro	3	100	75	100		0,75		1		1
Masi Grandarella Appassimento	4	80	75	83	0,8	0,75	0,83	0,8		
McPherson Chardonnay	2	77,5	75	80	0,8	0,75				
McPherson Shiraz	3	80	75	100	0,8	0,75		1		
Meia Pipa	6	80	75	100	0,8	0,75		0,8		1
Mezzacorona Lagrein	5	100	80	100	0,8	1	0,83			
Mezzacorona Marzemino	4	90	60	100	0,6	1				
Moncaro Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico	10	80	60	100	0,6	0,75		0,8	0,8	0,8 1
Montecillo Crianza	6	87,5	60	100	0,6	0,75		1		
Montepulciano d'Abruzzo Bianchi	4	90	75	100	0,8	0,75		1		1
Monti Garbi Ripasso	5	100	75	100	1	0,75		1	1	
Moulin Touchais	4	100	100	100	1	1				1
Muscadet Sèvre et Maine sur lie	5	80	80	100	0,8	0,8	1			
Native	3	100	60	100	0,6	1				
Nebbiolo d'Alba Valmaggiore	3	80	75	100		0,75			0,8	
Nederburg Shiraz Viognier	3	100	80	100		1		1		
Neethlingshof Sauvignon Blanc	6	100	75	100	1	0,75		1		0,8
Org de Rac Shiraz Cabernet Sauvignon Merlot	3	83	75	100	1	0,75	0,83			
Paul Cluver Sauvignon Blanc	3	80	50	80		0,5			0,8	
Penfolds Bin 2 Shiraz Mourvèdre	3	100	80	100		1				0,8
Penfolds Kalimna Bin 28 Shiraz	6	100	60	100	0,6	1		1		
Penfolds Rawson's Retreat Semillion Chardonnay	3	80	60	100	0,6	1		0,8		
										0
Penfolds Rawson's Retreat Shiraz Cabernet	12	80	60	100	0,6	0,75		0,6		0,6

Periquita Reserva	11	100	60	100	0,8	0,75		1	1	0,6	
Poilly-Fuissé	3	80	50	80		0,5				0,8	
Poliziano Vino Nobile di Montepulciano Vigne Nuove	3	100	100	100	1	1	1				
Pridelands Chenin Sauvignon Blanc Viognier	6	80	50	100	0,6	0,5		1		1	1
Puligny Montrachet	3	75	50	80	0,75	0,5					
Ramos Reserva	12	80	75	100	0,8	0,75		1	0,8	0,8	1 0
Ravenswood Vintner's Blend Zinfandel	4	90	80	100	0,8	1		0,8			
Réserve de la Condamine	5	100	75	100	1	0,75		1	0,8		
Reserve du Vieux Noir Malbec	6	90	75	100	0,8	0,75				1 0,8	
Rio Claro Sauvignon Blanc	3	60	60	100	0,6	0,6	1				
Roodeberg	17	80	50	100	0,8	0,5		0,8	1	1	1 0
Ruppertsberger Nussbien Riesling Kabinett	5	75	60	100	0,6	0,75		1			0,8
Salice Salentino Riserva	4	77,5	75	100	0,8	0,75			1		
Sancerre Les Pierris	3	80	25	100	0,8	0,25					
Seghesio Sonoma Zinfandel	5	100	80	100	0,8	1					
Sepp Moser Gruner Veltliner Schnabel	3	60	50	100		0,5				0,6	
Sepp Moser Riesling Gebling Reserve	5	80	60	80	0,8	0,6				0,6 0,8	
Serrata Belguardo	7	100	75	100	1	0,75		0,8	1		1
St Hallet Poachers Blend Semillion Sauvignon Blanc Riesling	5	100	60	100		0,75	1	1		0,6	
Tahbilk Marsanne	5	100	75	100	0,8	0,75		1			
Tapiz Joven Malbec	3	75	60	100	0,6	0,75					
Terre de Mistral	3	100	83	100	1	1	0,83				
Torres Coronas Tempranillo	6	80	75	100	0,8	0,75		1			1
Torres Gran Vina Sol Chardonnay	5	80	75	100	1	0,75					
Trapiche Malbec Oak Cask	6	90	50	100	0,8	0,5		1			
Trimbach Pinot Gris Réserve	2	90	80	100	0,8			1			
Trivento Malbec	3	75	60	100	0,6	0,75					
Trivento Syrah	4	77,5	60	100	0,6	0,75	1				
Val delle Rose Morellino di Scansano	3	100	50	100		0,5		1			1
Vila Santa Reserva	10	100	50	100	0,8	0,5		1	1		1
Viña Herminia	3	80	60	100	0,6	1		0,8			
Viña Maipo Carmenère	3	100	40	100	0,4	1		1			

7.2 APPENDIX 2 □ INTERVJUFRÅGOR

Ämnen

- Bedömningsfaktorer
- Bedömningsprocess
- Inverkan från andra bedömningar

Allmänt

Berätta lite om dig själv och din bakgrund.

Bedömer du både vitt och rött? har du någon specialitet?

Har du några specifika smak-kategorier som du föredrar?

Vilken är din favoritdruva? Varför?

Föredrar druvor från ett visst land? region?

Anser du att vinkritiker i regel ger högre betyg till viner från specifika regioner? Varför?

Vilken druva är mest populär anser du?

Vilken druva anses finast?

Bedömningsfaktorer

Vilka faktorer tar du hänsyn till när du bedömer ett vin?

Vilka anser du vara viktigast?

Skiljer sig detta mellan vitt och rött vin?

Tror du dina åsikter är representativa för industrin?

Om inte - vad skiljer sig?

Tror du att det finns någon slags omedveten påverkan från andra faktorer än de man utbildats att betygsätta?

Till vilken grad tror du att design på flaska och etikett påverkar betyg?

Till vilken grad tror du att alkoholhalten påverkar betyg?

Till vilken grad tror du att pris påverkar betyg?

Påverkas betygsättningen om ett vin bör drickas med någonting, exempelvis lammkött, eller om det bör drickas för sig självt?

Bedömningsprocess

Hur ser bedömningsprocessen ut?

Vad exakt vet du om vinet innan du börjar bedöma? Är du påläst?

Ser du flaskan? Har du läst på om region / vingård / andra recensioner?

Finns det några specifika årgångar som anses prestigefyllda/bra?

Tror du att det generellt sett ges högre betyg till dessa?

Tror du att inflytelserika vinrecensenter påverkar senare recensioner?

Anser du att bedömningar skiljer sig mellan kvinnliga och manliga vinrecensenter?

Vilka tidningar / recensenter tror du har högst inverkan?

Hur mycket tror du att vinrecensioner faktiskt påverkar köpbeteende?

Har du några tillägg eller något som vi bör veta om industrin / vinrecensering / vin?