KOMPETANSENETTVERK · LOKALMAT

MATHÅNDVERK

NUMMER 4 • 2023

«Å forstå ingredienser, metoder og maskiner er utfordrende – å forstå dem i samspill krever kompetanse»

SMÅSKALA SLAKTERI

Utfordrar dei store

BAKST

Saftig bakst med grønnsaker

BÆREKRAFTIGE MATOPPLEVELSER

Nytt studie ved Nordland fagskole

NY FELLES NETTSIDE MED OPPDATERT KURSOVERSIKT FOR HELE LANDET
WWW.MATHÅNDVERK.NO

Mathåndverk 04_2022.indd 1 01.02.2023 16:29:33

03 Lokalmat er lidenskap
Lederen er signert Aud Slettehaug

04 Om oss
Hvem er vi i Kompetansenettverk Lokalmat?

05 Matfaglige utfordringer? Vi hjelper deg!
Om besøksordningen

06 Muggsopp på spekemat
Lær hvordan du kan unngå muggsopp i ditt produksjonsanlegg

08 Saftigere og sunnere bakst med grønnsaker
Nofima-baker Fredrik Andresen bruker gjerne grønnsaker i sine bakevarer

10 En smak av naturen
Interessen for å utnytte mangfoldet av ville spiselige vekster er sterkt økende

12 Lærer matforedling digitalt
Digitale kurs for matforedling har blitt veldig populært

14 Småstoff
Nyheter og småstoff fra bransjen

16 Lokalmat er viktig
Gjestekommentaren er signert Nils Vagstad

17 Kursoversikt 2023
Kurs fra Kompetansenettverk Sør, Øst, Vest, Midt og Nord

20 Produsentstolthet
Les Frode Kristensens tanker om produsentstolthet og verdiskaping

22 Småskala slakteri utfordrar dei store
Dybdelesing om norske lokale slakterier

26 Ved slaktebenken
Planlegg godt og oppsøk godt samarbeid

27 Ved kjøttkverna
Snåsamann som satset på slakt

28 Ved ystekaret
Prisbelønt økologisk ost fra Rygge Meieri

29 Ved skolebenken
Bærekraftige matopplevelser

30 HACCP – Verktøyet som sikrer bedre mattrygghet
Kontroll av kritiske punkter er viktig for trygg matproduksjon

32 Merkevarebygging i praksis
Mette Fagerli hjelper deg å sette fokus på merkevarebygging

36 European Region of Gastronomy
Matregion Trøndelag fikk den gjeve utmerkelsen i 2022

Mathåndverk 04_2022.indd 2 01.02.2023 16:29:33

LEDER

Lokalmat er lidenskap

Kompetansenettverkene i Norge er forma i lag med næringa. Moglegheiter og hinder på vegen møter vi med kompetanse frå dyktige engasjerte fagfolk. Med lidenskapen for mat og finansiering av kurs og besøk, har vi skapt ein stille kulinarisk revolusjon.

Lidenskap er stikkordet for Mathåndverk nr 4. Utan lidenskap for det ein driv med er det nesten umogeleg å ta til på den bratte motbakken det er å vere lokalmat- og drikkegründer. For motbakke er det, utakknemleg mange timar, mykje som skal lærast og regelverk ein ikkje visste at ein måtte forstå. Då er det godt å ha kunnskapsbanken hos oss å støtte seg på. Mange erfarne mat- og drikkegründere utrykker stor takksemd for den støtte og tryggleik det er å kunne ringe Kompetansnettverket. Kanskje visste du ikkje at det var denne ordninga du fekk hjelp av? Men i rett augneblink var det noko som førte til at vi kom i kontakt. Vi er her, og gjennom 20 år har vi utvikla og forma tilbodet i lag med dykk i næringa. Behovet veks, med ventelister på enkelte kurs, og stadig nye krav og kunnskapsbehov som dukkar opp, navigerer vi i lag til vi finn løysingane.

Ei stor takk til våre lidenskaplege og kompromisslause fagpersonar som held kurs år etter år. Dei deler sin kompetanse til du set med den sjølv. Lidenskap for faget sitt som de i målgruppa får overta og utvikle til dykkar eiga over tid. For har du først gått i gang med å forstå ei råvare, lage produkt for marknaden og endå til vinne både nasjonale og internasjonale prisar, ja til og med bli best i verden, så gir det motivasjon til å stå på for dykk. I 2023 skal det på nytt arrangerast World Cheese Award i Norge. Norsk Gardsost og Hanen, i lag med sponsorar og Matregionen i Trøndelag, står bak. Dykk lokalmatprodusenter sjølve får dette til gjennom organisasjonsarbeidet. Vi kan berre stå på sidelinja og heie, ærbødig av beundring og litt stolte av å sjå på resultatlistene at ja — kanskje var det nett det kurset i lagring av ost som gjorde at så mange av ostane oppnådde gull.

Det er fint å sjå at dei som kjem som nye produsentar kan lære av dykk som har gått før. De deler av dykkar erfaringar og opplevingar, som vi får tilgang til gjennom artiklane i bladet her. De lykkast og inspirerer fleire til å gå i gang, slik at bygdene våre, kokkar i krikar og krokar av landet vårt, har tilgang til lokal matkultur og kulinariske innovasjonar. Iskrem av geitemjølk for eksempel, eller kjøt av geit og kje. For lite til å nå industrien og for godt til å ikkje bli brukt.
Kompetansenettverket har passert 20 år. Vi har produsert rapportar, kurver med tal på deltakarar på kurs og blitt evaluert minst 3 gonger, nesten nedlagt halvvegs, og lever no sterkare enn nokon gang. Trur vi. Kva som gjer at så mange vil bli ystarar, pølsemakarar, bakarar, foredle frukt og bær, røyke laks. Kanskje er det råvarene — langt mot nord der plantene må arbeide litt ekstra blir det også ekstra god smak. Syrlegare eple og lam som beitar på vegetasjonen i fjellet blir noko unikt. Ein blir kva ein eter, seier forskar Anna Haug. Det er ikkje tvil om at feittsyrene i kjøtet vert påverka av dei plantene dyra et, også når det gjeld smak. Difor er ikkje vekt, høgde og feittmarmorering den einaste kvalitetsmålinga eit kjøtstykke kan ha. Først når ein har smakt, veit enn kva kjøtet smakar, enten det har teke føre seg av vegetasjonen i bratte lier eller på flate bøar.

Vi legg bak oss eit rart år 2022, med kostnadsauke og mange svingar. Kanskje var dette annus horribilis-året eller kanskje er det det som kjem. Uansett utfallet av tida som kjem så tek vi til på neste motbakke og ynskjer velkommen til kurs og fagdagar. Ta del i fellesskapet det er å tileigne seg kunnskapen som gjer at ein taklar neste motbakke.

Til slutt har eg lyst å trekke fram begrunninga for å gi Embla sin pris for årets produkt 2021 til Undredal Stølsysteri. Juryen skriver: Disse menneskene ble starten på en ny bølge av nordisk osteproduksjon, som har skapt store verdier, nye karrieremuligheter for mange og et helt annet spillefelt i ostebransjen. Basert på verdensarvstedet, ligger et osteselskap som fra egen innsats kan leve ut drømmen sin, som en av Nordens viktigste ostehåndverkere.

Osten er laga av rå mjølk og mengder av lidenskap i bratt landskap.

Aud Slettehaug

Aud Slettehaug
Redaktør

Mathåndverk 04_2022.indd 3 01.02.2023 16:29:33

Hvem er vi?

Tekst Beth Tronstad, Kompetansenettverk Lokalmat Midt **Foto** Camerat AS

Ønsker du å lære mer om hvordan du kan skape verdier med utgangspunkt i landbruks- og reinbaserte næringer? Vi er fem regionale kompetansenettverk for lokalmat som tilbyr kunnskap innen videreforedling og omsetning av lokal mat og drikke.

Målgruppen er primærprodusenter, mindre næringsmiddelbedrifter og reiselivsbedrifter som utnytter og utvikler gårdens ressurser. Gjennom mer enn 20 år har Kompetansenettverket bygd opp og levert kompetanse. Vi tilbyr beslutningsstøtte, bredde og skreddersydd kompetanse, hvor blant annet over 1000 lokale produsenter deltar årlig på våre kompetansetilbud.

Kunnskap er viktig

Det trengs en stor variasjon av kompetanse i lokalmatnæringa. Vi har sett en stor etableringsbølge av gårdsysterier, foredling av lokalt kjøtt, frukt og bær, gårdsservering, oppbygging av gårdsbryggerier og satsing på lokalt korn og lokale møller. Denne veksten ser ut til å fortsette.

Fokuset på lokal verdiskaping og lokale økonomier er fremtredende i mange bygdesamfunn over hele landet. Produsentene tar større ansvar i verdikjeden ved å bearbeide og omsette egne råvarer, nye transport- og salgskanaler utvikles og direktesalg synes å øke, og produktene er ofte rike på både historie, mattradisjoner og identitet.

Mathåndverket er i stadig utvikling. For å være konkurransedyktig ser vi at også de mindre produsentene må kunne håndtere omstillinger og tenke nytt. Kunnskap om produktutvikling, nye anvendelsesmetoder og beslekta mangfold får stadig mer oppmerksomhet. Vi har en allsidig og fleksibel verktøykasse med kurstilbud, besøksordning, fagnettverk, grunnmoduler, temadager, praktisk matverksted og fagdager for lokalmat eller nettverkssamlinger, samt åpne telefonlinjer.

Mye matfaglig kompetanse og forståelse av regelverk må på plass. Det følger stort ansvar med å foredle og omsette mat. Vi leverer kunnskap innen matteknologi, mikrobiologi, metoder og utstyr, resepter og kalkyler, kundebehov og prising, HACCP, hygiene og risikovurderinger – listen er lang! Vi arbeider tett på produsentene og prøver å svare på utfordringene i næringa.

Vi utviklet grunnmoduler i kjøtt, bakst og melk i 2014 - frukt og bær har kommet siden. Tilbudet virker relevant fordi produsentene prioriterer tid til å delta. De får grunnleggende og sammenhengende opplæring innen fagets egenart på komprimert tid. Tilbudet er samlingsbasert med ca. 70 fagtimer, både teori og praksis. Dessuten ser vi at gode relasjoner utvikles.

Samarbeid

Kompetansenavene samarbeider med erfarne bransjefolk, ulike fag- og forskermiljø nasjonalt og internasjonalt. Sammen bidrar nettverket med å utvikle og formidle kunnskap som setter matprodusenter i stand til å planlegge, foredle og kontrollere egne arbeidsoppgaver slik at de leverer trygg mat med god kvalitet.

Summen av tiltakene bidrar til et variert og godt fagtilbud. Samhandlingen mellom de regionale nettverkene for lokalmat sikrer likeverdige tilbud over hele landet på en effektiv og god måte.

Praktisk læring gjennom å erfare. Pølsemakere i aksjon under kjøttkurs ved Fagdager Mat på Mære.

Mathåndverk 04_2022.indd 4 01.02.2023 16:29:33

Matfaglige utfordringer? Vi hjelper deg!

Tekst Kompetansenettverket for lokalmat

Besøksordningen er et populært tilbud der lokalmatprodusenter får veiledning tilpasset sine behov. Kompetansenettverkene utfører hvert år over 150 besøk. Du er bare en telefon unna å få denne hjelpen, helt gratis!

En god veileder er nøkkelen når du skal ta steget ut i markedet. Det kan handle om alt fra hvordan varer skal deklareres, hva er rett type emballasje, hvordan sette holdbarhetsdato, til hva som er lov å bruke som produktnavn. God rådgiving hjelper deg og din bedrift til å finne de beste løsningene. Det kan dukke opp spørsmål og utfordringer som du ønsker å diskutere med en ekspert på området, som kvalitetsutfordringer, funn av uønskede bakterier eller bedre utnyttelse av råvarene. Besøksordningen kan da være løsningen. Ta kontakt med oss på epost eller telefon, så svarer vi direkte eller kobler deg til rett fagperson.

Hvem kan få hjelp?

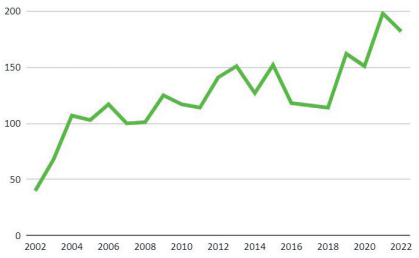
Ordningen er rettet mot bedrifter med inntil 10 ansatte, som har mål om å utvikle, foredle og selge kvalitetsprodukter basert på lokale råvarer, eller serveringssteder med satsing på lokal mat. Fagpersonen velges ut fra ditt behov, og vil ha god kjennskap til og erfaring fra de utfordringer du måtte stå overfor. Vi arbeider på tvers av regionene og benytter hverandres fagpersoner eller leier inn eksterne fagpersoner. Besøket kan være fysisk eller digitalt. Ofte ønsker rådgiveren å besøke deg og din bedrift for å se arbeidsprosessene dine og finne gode løsninger. Besøket kan også omfatte rådgiving og enkle analyser for å kartlegge dagens situasjon, ditt potensial og behov. Kanskje kommer det innspill du ikke hadde tenkt over!

Lavterskeltilbud

Besøksordningen tilbyr skreddersydd kunnskap, enten teoretisk eller praktisk. Flere produsenter sier de har hatt stor nytte av dette tilbudet for å sikre grunnleggende fagkunnskap om lokalmatproduksjon. Ordningen er lite byråkratisk og kan iverksettes raskt. Lengde på besøket kan være på inntil 20 timer, tilpasset bedriftens utfordringer. Etterspørselen etter besøk er ofte større enn det vi kan levere, så om problemstillingen krever mer oppfølging hjelper vi deg videre til andre tilskuddsmidler. Du kan også få hjelp utover tildelt tid ved å dekke disse kostnadene selv.

Ikke nøl med å ta kontakt dersom du ønsker besøk, eller har matfaglige utfordringer du vil diskutere!

Figuren viser antall besøk per år i perioden fra 2002 til 2022



Ta kontakt med oss:

Kompetansenettverk Nord
Frøydis Gillund
froydis.gillund@nibio.no
facebook.com/lokalmatinord

Kompetansenettverk Midt
Beth Tronstad
bjotro@trondelagfylke.no
maere.no
facebook.com/matnavet

Kompetansenettverk Vest
Aud Slettehaug
aud.slettehaug@vlfk.no
sjh.no
facebook.com/Kompetansenettverk lokalmatvest

Kompetansenettverk Øst
Stine Alm Hersleth
stine.alm.hersleth@nofima.no
nofima.no/lokalmatprogrammet

Kompetansenettverk Sør
Aase Vorre Skuland
aase.vorre.skuland@nofima.no
nofima.no
facebook.com/kompetansenavsor

MATHÅNDVERK er et fagblad for matprodusenter fra **Kompetansenettverk Lokalmat,** som utgis kostnadsfritt en gang i året
ANSVARLIG REDAKTØR Aud Slettehaug, Kompetansenettverk Vest, aud.slettehaug@vlfk.no **PRODUKSJON** Tun Byrå
PROSJEKTLEDERE Marianne Vangsøy, marianne@tunmedia.no og Stine Helland, stine.helland@tunmedia.no
DESIGN Fete Typer **LAYOUT** Tun Byrå **FORSIDEFOTO** Aud Slettehaug, Kompetansenettverk Vest

Mathåndverk 04_2022.indd 5 01.02.2023 16:29:34

Muggsopp på spekemat

Tekst og foto Lene Øverbø

I Norge er muggvekst ansett som den viktigste årsaken for at spekematprodukter blir destruert eller kastet, og det er ikke ønskelig med muggsopp i norske produksjonsanlegg. Likevel vil alle som produserer spekemat oppleve muggvekst på produktene fra tid til annen.

Muggsopp, eller sporene, finnes overalt i lufta. Enten i naturen eller i hjemmet, de er overalt der det er næring. Ofte kan muggsopp ses på frukt, bær, ost og kjøtt når de begynner å råtne og brytes ned, da de er viktige nedbrytere i naturen.

Soppriket deles hovedsakelig inn i to hovedgrupper: gjærsopp og muggsopp. Det er gjærsoppene som er mest kjent, og som gir oss det vi kjenner som brød, vin og øl. Begge gruppene er av stor industriell betydning, hvor blant annet Penicillium har gitt oss blåmuggost (Penicillium roquefortii), hvitmuggost (P.camembertii) og antibiotika (Pencilin; Penicillium notatum). Til forskjell fra muggsopper så danner ikke gjærsopper mykotoksiner, altså giftstoffer. Så her har gjærsopp et fortrinn. Et eksempel er Penicillium nordicum isolert fra spekematindustrien som kan produsere giftstoffet Okratoksin A og gi skade på nyrene.

Muggsopp på spekemat

Av muggsoppene som vokser på spekematprodukter så er det Penicillium og Aspergillus arter som dominerer. De kan utgjøre et problem for mattryggheten ved å danne giftstoffer, eller de kan være et kvalitetsproblem, som å gi uønsket bismak og et lite delikat utseende.

I spekemat er det som regel muggsopper som trives ved lav vannaktivitet som forurenser. Penicillium omfatter en stor gruppe som kan vokse ved en vannaktivitet under 0,85, som ikke er uvanlig i spekemat. Spekemat har et høyt innhold av fett og proteiner som gir et rikt vekstmiljø, og de fleste muggsopper har evnen til å tilpasse seg omgivelsene. Små forskjeller i næringsstoff, temperatur, lys eller fuktighet kan være avgjørende for hvilke arter som etablerer seg på et produkt.

De fleste muggarter trives best i et temperaturområde mellom 20-30°C, men noen kan også vokse helt ned mot kjøleskapstemperatur. Muggsopp vokser ikke ved frysing, men de dør heller ikke, så veksten vil kunne fortsette når produktet/råvaren tines. Oksygen er viktig for muggsoppens vekst, samt dannelsen av sporer, som igjen er med på å spre muggsoppen. Ofte kan muggsoppvekst ses i juice og syltetøy hvor det er lavere pH, og mange trives i et surt miljø helt ned mot pH 3. Det samme kan observeres på spekepølser som også ofte har lav pH.

Når uhellet først er ute!

Hvis det har kommet muggsopp på spekemat er det viktig å få muggsoppen fjernet før den får tid til å etablere seg på produktet eller i produksjonslokalet. Spekepølser med synlig muggvekst kan spyles med vann eller skrubbes med en ren kost. Det vil være en risiko at sporene spres på nytt i rommet, derfor bør spekepølsene helst vaskes i et annet rom eller avlukke enn der de vanligvis skal modnes. Rommet som spekematen henger i bør også vaskes ned jevnlig, og gis tid til å tørke før produktene henges opp igjen. Luftfiltre bør regelmessig skiftes eller rengjøres, og utlufting av klimaskap kan settes på intervall en gang iblant.

For å hindre uønsket muggvekst på produkter er det vesentlig å få iverksatt tiltak på et tidlig tidspunkt, samt å ha kontroll på temperatur og fuktighet i produksjonslokalene. Det er viktig å følge med på spekeprosessen helt fra start og til produktene er ferdig for å kunne oppdage muggdannelse på et tidlig tidspunkt.

Kaliumsorbat (E-nummer 202) er spesielt virksom mot gjær- og muggsopp i et surt miljø pH<6, og er et konserveringsmiddel. Til industriell bruk blir kaliumsorbat framstilt syntetisk, men det forekommer naturlig blant annet i jordbær, rognebær, tomater og kirsebær. Kaliumsorbat blir utelukkende brukt som overflatebehandling, og spekemat kan enten dyppes i en løsning med kaliumsorbat eller det kan sprayes på produktene for å hemme vekst av mugg. Bruk av røyk er en egnet metode for å hindre muggdannelse, og røyking har vist å være effektivt mot dannelse av mugg fordi røyken inneholder stoffer som har en hemmende virkning.

Bruk av muggsopp som startkultur

Bruk av soppkultur i spekepølse er kjent helt tilbake til 1800-tallet, spesielt i Italia. I dag er det også vanligere å bruke det i andre sør-europeiske land. Arter som benyttes i kjøttindustrien er blant annet Penicillium nalgiovense og P. Chrysogenum.

Spekepølsene sprayes eller dyppes i en løsning. Etter noen dager vil det begynne å vokse mugg avhengig av vekstvilkårene i produksjonslokalene. Prosedyren kan gjentas hvis det oppstår ujevn vekst eller hvis spekepølsene blir røyket. Fordi veksten er begrenset til overflaten av produktet er det med på å forhindre misfarging og harskning, i tillegg til å beskytte mot skadelig lys og oksygen. De kan også få en jevnere og mer kontrollert tørking, samt at en kjent soppkultur kan konkurrere ut andre skadelig muggsopparter som måtte forsøke å vokse opp. Men man bør tenke seg godt om og være bevisst hvis det brukes en soppkultur, ettersom den kan spre seg til alle andre produkter i produksjonslokalet etterhvert. Ettersom muggsopp kan skille ut enzymer kan disse bidra til å bryte ned fett og proteiner i spekepølsene, som videre gir aromadannelse i produktet og bidrar til smaksprofilen. Noen produkter blir mindre syrlige ved at melkesyren omdannes til ammoniakk og gjør at pH vil øke. Bruk av en kjent soppkultur vil dermed bidra positivt til både utseende, smak og mattrygghet.

Mathåndverk 04_2022.indd 6 01.02.2023 16:29:34

Vekst av muggsopp på italienske pølser fra Parma. De ulike spekematprodusentene har sine egne husstammer av muggsopper.

Vekst av uønsket muggsopp på spekeskinke.

Mathåndverk 04_2022.indd 7 01.02.2023 16:29:36

Saftigere og sunnere bakst med grønnsaker

Tekst og foto Wenche Aale Hægermark, Nofima

Å bruke grønnsaker i bakverk har flere positive effekter. Derfor er det heller ikke noe nytt. Gulrot og potet er brukt i bakverk i mange år, i mer enn potetlomper og gulrotkake.

– Kanskje tenker du at det viktigste med å ha grønnsaker i bakverk er å sørge for at vi får i oss mer grønnsaker, men for meg som baker er det vel så viktig at grønnsakene kan gi et større utvalg i smaker. Søtsmaken kan beholdes selv om sukkermengden reduseres, og bakverkene oppleves ferske lenger, sier Nofima-baker Fredrik Andresen.

Han legger til at han gjerne bruker grønnsaker som brokkoli, squash, sellerirot, pepperrot, søtpotet, pastinakk, rødbet og spinat.

Nedenfor finner du en oppskrift på hamburgerbrød med grønnsaker.

Rå, tørkede eller kokte grønnsaker

– I bakverk kan du bruke både rå, tørkede og kokte grønnsaker, alt etter smak og behag. Kokte grønnsaker gir en noe søtere smak, rå grønnsaker en spissere smak og tørkede grønnsaker en mer intens grønnsakssmak, forteller Fredrik.

Hvis du vil bruke kokte grønnsaker, ikke kok dem lenger enn at tyggemotstanden består. Kok gjerne grønnsakene dagen i forveien, og mos dem mens de er varme. Ha dem på kjøl til du skal bruke dem.

– Når jeg skal velge ut kombinasjoner av grønnsaker, tenker jeg gjerne som kokkene og forsøker å få frem både søte, salte og syrlige smaker, i tillegg til god konsistens. Jeg har også god erfaring med å kombinere frukt og grønnsaker, forteller bakeren, og henviser interesserte til å melde seg på kurs hvis de vil lære mer om de mange mulighetene.

Håndverksbakere som satser på grønnsaksbakst

Å bruke mer norsk frukt og grønt i bakervarene er en av Nofima-bakerens kjepphester. Han og kollega Ann-Katrin Holtekjølen har allerede arrangert kurs for lokale matprodusenter som er interessert i å satse på dette.

Kursene handler i første omgang om å inspirere til å skape spennende bakervarer med bruk av typiske norske, gjerne lokale, grønnsaker og bær. Deltakerne lærer både hva som skal til for å lykkes og hvilke muligheter som finnes. Målet er at de skal kunne utvikle tidsriktige produkter med egen vri.

Mathåndverk 04_2022.indd 8 01.02.2023 16:29:37

↑ Dette smakfulle og luftige brødet inneholder gulrøtter, brokkoli og rødbeter.

← Deltakerne på kurset har ulik erfaring. Noen har flere år bak seg som bakere, mens andre er i startfasen med å etablere seg. Her bakes det en variant av kanelsnurrer med både blåbær og bringebær.

OPPSKRIFT PÅ HAMBURGERBRØD MED GRØNNSAKER

Melk	2 kg
Hvetemel	1,8 kg
Sammalt hvete, fin	800 g
Smør	200 g
Salt	40 g
Gjær	36 g
Honning	100 g
Pepperrot, rå finraspet	240 g
Søtpotet, kokt	250 g
Gulrot, kokt	200 g
Spinat, rå finkuttet	100 g

Slik gjør du:

1. Bruk romtempererte ingredienser.
2. Ha melk, honning og det tørre i en bolle. Elt dette sammen i 5 min på lav hastighet.
3. Øk hastigheten og tilsett romtempererert smør litt og litt. Elt godt i ca. 5 min.
4. Tilsett grønnsaker til slutt og elt ut.
5. La deigen hvile i 30-60 min.
6. Del opp og rull de ut, og til slutt flat de ut.
7. Stekes på 200°C i ca. 10-12 min.

Mathåndverk 04_2022.indd 9 01.02.2023 16:29:37

En smak av naturen

Tekst Hilde Helgesen, Kristin Daugstad og Mette Thomsen, NIBIO

Du er klar for å bestille dessert på en eksklusiv restaurant med råvarer fra naturen. Kan det friste med en dessert med iskrem med blomster av mjødurt, som smaker som en blanding av mandel eller vanilje? Eller hva med karamellisert blomst av kvann? Både mjødurt og kvann vokser over store deler av landet – også høyt til fjells.

Det finnes omtrent 350 ville spiselige vekster i norsk flora. Sanking og bruk av ville spiselige vekster har lang tradisjon i landet, og er en del av vår immaterielle kulturarv og identitet.

Både langs kysten og i skog- og fjellområdene finnes det et mangfold av ville spiselige vekster som i liten grad er kartlagt og utnyttet. Interessen for å utnytte disse er sterkt økende og bærekraftig høsting etterspørres. I våre naboland Sverige og Finland er utnyttelse av ville ressurser mer utbredt, og her finnes flere kommersielle aktører enn i Norge.

Studier viser at ville spiselige vekster kan ha stor verdi både økonomisk, kulturelt, og for ernæring og bærekraft. Likevel er de lite utnyttet i dagens matvaremarked.

Videre er det en økende interesse for turisme og matopplevelser som er bærekraftige, lokalt forankret og gjerne knyttet til gårdsbruk eller område. Dette kommer frem blant annet i myndighetenes satsing på matnasjonen Norge.

Økologisk sertifisering

Alle ville vekster, såkalte utmarksprodukter, bær og urter, sopp, kvae og sevje kan sertifiseres som økologiske, såfremt området hvor det sankes ikke har blitt sprøytet.

På Tolga i Nord-Østerdalen driver Gunhild Skattebu og Birgit Svendsen firmaet Fjellurt DA, hvor ville og dyrkede vekster tørkes og foredles videre til salgsprodukt. Gårdene ligger på henholdsvis 550 og 850 moh, og der lykkes de godt med dyrking av økologiske urter i hver sin frodige urtehage. I tillegg høster de en rekke viltvoksende vekster, som brukes i et stort utvalg urteblandinger til krydder, te, dram, kakepynt og andre spesialiteter.

– Vi gir deg en smak av naturen og tilbyr aromatisk matglede fra fjellet. Av ville vekster høster vi brennesle, geitrams, mjødurt, graset gulaks, ryllik, bjørk, og mange typer bær. Produktene våre er økologiske og Debio-godkjente, og anerkjent langt utenfor vår region. Vi selger til restauranter og storkjøkken over hele landet, og får positiv omtale, forteller Gunhild.

En hindring for sankere og produsenter kan være å nå ut til markedet og ha tilgang til effektive salgskanaler. For Fjellurt ble løsningen å benytte Rørosmat som selger videre til kunder innen dagligvare og storhusholdning. I tillegg har de en forholdsvis nyetablert nettbutikk, og selger også direkte på ulike markeder og messer.

– Å være urtedyrker er litt som å være oppfinner, man må bruke nedarvet kunnskap på nye måter og med nye teknikker. Og aldri, aldri gi seg. Vi er formidlere av en kulturarv som er i ferd med å gå i glemmeboken sammen med våre besteforeldre, avslutter Gunhild.

Gastronomi, sankere og kommersiell interesse

Det finnes noen få etablerte kommersielle sankere i Norge som Villniss, Trøndelag Sankeri og flere lokale produsenter i Innlandet som samler ville urter, bær eller sevje.

Ane Marit Willmann startet Villniss på Inderøy i Trøndelag i 2015, og leverer viltvoksende urter til mange restauranter. Jim-Andre Stene, som er soppkontrollør og aktiv i Trondheim sopp- og nyttevekstforening, driver Trøndelag sankeri som er Norges største sankebedrift med over 200 produkter på listen og hele landet som kunder.

– Jeg samarbeider med ulike eksklusive restauranter rundt i Norge og tilbyr kjøkkensjefer håndplukkede ville og ferske vekster basert på sesong, sier Jim-Andre.

I august og september tilbyr han for eksempel kvann, myske, fuglevikke, blåklokke, hvit- og rødkløver, sisselrot, salturt, skogkarse, bakkemynte og et stort utvalg av sopper.

– Disse ville vekstene gir unike smaksopplevelser som gjestene ikke glemmer, forteller han.

Jim-Andre selger blant annet til eksklusive restauranter som Fagn og Troll i Trondheim og Kolonihagen i Oslo. Den digitale plattformen Dagens i Oslo sørger for direkte handel mellom bonde og kokk. Kjøkkensjefene er overstrømmende begeistret for Jim-Andre sin virksomhet.

– Trøndelag Sankeri og Jim-Andre Stene beriker menyen med ville vekster vi ellers ikke ville ha funnet, og han har alt du kan drømme om, og det du ikke visste du drømte om, fra skog og fjære, forteller de.

Etterspørselen er så stor at Jim-Andre og noen få andre etablerte sankere ikke klarer å levere nok til alle restaurantene.

Mathåndverk 04_2022.indd 10 01.02.2023 16:29:37

↑ Sibirsk gressløk trives på fuktig strandeng i Nordland, Troms og Finnmark. Både blad og blomst kan spises. Bladene er fine rå i salater eller kokt. Foto: NIBIO

Stort potensial

Jørgen Ravneberg, kjøkkensjef på restaurant Kolonihagen i Oslo og forfatter av Sankeboka, kjøper ferske ville vekster fra Trøndelag Sankeri.

– Ville vekster har som regel mer eterisk olje enn dyrkede planter. Det gir økt aroma og smak, påpeker han. Han gir gjerne eksempler på ville vekster han ofte bruker på kjøkkenet.

– Engsyre serverer jeg ofte til dessert sammen med solbær og is. Det er en av mine favorittdesserter. Jordstengelen på sisselrot, som vokser over hele landet, kan sankes året rundt. Den smaker veldig søtt og jordlig av lakris, og passer fint til desserter som sorbet og iskrem. Helt unge skudd av geitrams kan med stort hell brukes som asparges, grilles eller stekes, og passer til sjømat og kjøtt. De rosa eller lilla blomstene er veldig fine til garnityr på all slags mat, mens unge geitramsblader smaker godt i en salat, forteller Jørgen.

Både i Trøndelag, Hallingdal, Gudbrandsdalen, i Valdres og i Østerdalen finnes det produsenter og spisesteder som sanker, dyrker og selger urter og ville vekster. Blant dem er Aukrust Gard og urteri i Lom, Vianvang og Arne Brimi, Brimi Fjellstugu, Fjellurt i Tolga, Røros Food & Beverage og Bardøla Høyfjellshotell for å nevne noen.

Det er også ulike lag og foreninger som er engasjert i høsting og bruk av ville spiselige vekster. Sopp og nyttevekstforeningen, med Trondheim lokallag i spissen, er svært aktive.

Norges bygdekvinnelag har en egen satsing på matkultur og bruk av ville spiselige vekster. Klosser Innovasjon på Tynset har pågående prosjekter om høsting og utnyttelse av ville bær.

NIBIO leder et stort forskningsprosjekt om ville bær, og har fått tilskudd fra Statsforvalterene i Trøndelag, Vestfold og Telemark, Innlandet, Oslo og Viken for å se nærmere på mulighetene for næringsutvikling i fjellandbruket gjennom bærekraftig utnyttelse av ville spiselige planteressurser.

Kvann vokser vilt i hele Norge, både på fjellet og langs kysten. Planten har gjennom tidene vært en viktig mat- og medisinplante. ↓ Foto: Åsmund Asdal

Mathåndverk 04_2022.indd 11 01.02.2023 16:29:38

Lærer matforedling digitalt

Tekst og foto Wenche Asle Hægermark, Nofima

Nofimas bakeri, kjøtthall og vegetabilhall er normalt flittig brukt til praktisk opplæring. I pandemien har det vært nødvendig å utvikle digitale kurs. Det har skapt rom for nye erfaringer og opplevelser.

– Nesten 150 personer har deltatt på våre digitale kurs. Av disse er majoriteten godt fornøyd og oppgir at nytteverdien er stor. Samtidig er det flere som savner mulighetene for å gjøre praktiske øvelser i fellesskap, sier Cecilia Midtsund Kippe.

Hun er rådgiver i Nofima og ansvarlig for kursene innen grønnsaker, frukt og bær. De største fordelene med å delta på digitale kurs er å spare tid og penger påpeker hun.

Populære digitale kjøttforedlingskurs

De digitale kursene holdes i regi av Kompetansenettverket Lokalmat Øst, og er for lokalmatprodusenter, både de i startgropa og de mer erfarne. Det har vært flest digitale kurs innen ulike typer kjøttforedling. Fra nedskjæring, pølse- og farseproduksjon til alt man trenger å vite for å lage fristende spekemat.

– Det tar gjerne litt lenger tid før deltakerne blir varme i trøya ved digitale kurs, derfor bruker vi chat-funksjonen aktivt. Vi er alltid to kursholdere. Jeg presenterer, viser og svarer på spørsmål muntlig, mens min kollega Lene Øverby følger med på spørsmålene som kommer på chatten, og svarer på disse der, forteller Nofimas pølsemakermester Tom Johannessen.

Han legger til at blant deltakerne er det flere som er i starten av satsingen som lokalmatprodusent. For dem er det enklere for dem å starte med noen timers digitalt kurs enn å sette av hele dager.

De digitale kjøttkursene er blitt populære også utenfor Kompetansenettverket i Øst. Tom holder nå tilsvarende kurs for kompetansenettverket i Midt-Norge, og skal i gang med en kursserie for kompetansenettverket i Nord-Norge.

Supert for repetisjon og nytt påfyll

Audun Abrahamsen er byggmester i tillegg til å drive Låvebroa, et småbruk i Søgne der han holder villsauer og foredler kjøttet. Han har tidligere vært på fysiske kurs hos Nofima, og fått besøkshjelp av Tom. Nå har han deltatt på det digitale røyke- og spekematkurset.

– For meg var dette en veldig grei læringsform. En fin mulighet til å lære mye på kort tid. Tom og Lene klarte å skape en engasjerende og trygg stemning der det ble oppfordret til å stille spørsmål. Selvfølgelig er det et savn at vi går glipp av pausepraten og de praktiske oppgavene, samtidig sparer jeg mye reisetid. Det gjør det enklere å delta når jeg ikke trenger å sette av like mye tid, sier Audun.

For Audun ble det litt repetisjon fordi han har gått på kurs tidligere, men en repetisjon han mente var veldig nyttig.

Illustrasjonsfilmer av praktiske oppgaver

Normalt består kursene av en teoretisk og en praktisk del. Å flytte den teoretiske delen til digitale presentasjoner har gått ganske enkelt. Det er mer krevende når det kommer til den praktiske delen.

I fysiske sylte- og saftekurs tester deltakerne å måle for eksempel sukkermengde med Brix og surhetsgrad/ pH.

– Det gir en annen følelse å gjennomføre disse målingene selv, enn bare å bli fortalt om dem. Nå har vi laget videoer der vi viser hvordan målingene skal gjøres, og forklarer hva det er viktig å ta hensyn til. Selv om dette ikke kan erstatte det å utføre målingene selv, sier deltakerne at det er lettere å forstå med video, sier Cecilia.

Tom har den samme erfaringen. Illustrasjons-videoer der han skjærer ned en slakteskrott, og forklarer ved siden av, har gjort det mulig å holde også mer praksisrettede kurs.

Mer forberedelser og etterarbeid

– Noen av fordelene med digitale kurs er at deltakerne slipper å bruke tid og penger på reiser, og vi har plass til flere enn ved fysiske kurs. Samtidig er det krevende å oppnå samme kvalitet fordi vi ikke har mulighet for å gjøre praktiske øvelser. Læringsutbyttet blir naturlig nok høyere når teorien kan prøves ut i

Mathåndverk 04_2022.indd 12 01.02.2023 16:29:39

↑ Tom Johannessen i aksjon med kurs i nedskjæring av slakt. Foto: Stine Alm Hersleth

praksis i samme stund, påpeker Cecilia.

De digitale kursene er både kortere og rimeligere enn de fysiske, men forberedelsene har vært mer omfattende. I tillegg til illustrasjonsvideoer, har kursholderne lagt ressurser i å få gode bilder for å gjøre presentasjonene mer levende.

Deltakerne gis mulighet til å sende spørsmål til kursledere i etterkant av kurset. Det er mange som benytter seg av dette tilbudet.

Både-og i fremtiden

Cecilia og Tom har begge tro på at digitale kurs er kommet for å bli, men som et supplement til de fysiske kursene. De ser for seg at kurs som går over flere moduler kan ha en teoretisk digital introduksjonsdel, mens øvrige deler vektlegger praktiske oppgaver i Nofimas produksjonshaller.

– En kombinasjon vil gi oss det beste fra begge oppleggene. Teori kan fint læres digitalt, og det vil spare deltakerne for både tid og penger. Det praktiske derimot læres best ved å utføre oppgavene selv under kyndig veiledning. Du lærer jo ikke å kjøre bil ved å lese en bok. En annen stor merverdi ved å treffes fysisk er at det er mye lettere å bygge nettverk og utveksle erfaringer, avslutter Tom.

→ Fra digitalt kurs på Aalan Gård. Foto: Rune Jensen, Bondens Marked Arktis

Mathåndverk 04_2022.indd 13 01.02.2023 16:29:39

Småstoff

Disse sidene fyller vi med forskjellig tema, korte notiser og nyheter. Send inn småstoff til redaksjonen (bjotro@trondelagfylke.no), og vi publiserer i neste nummer!

Kundekontakten er avgjørende

Jan Erik Ottestad driver Ottestad gård i Kvæfjord, hvor de i generasjoner har hatt kjøttproduksjon med ammeku og gris. I 2021 vant gården Bedriftsutviklingsprisen for landbruket i Troms og Finnmark.

Gården videreforedler slakt i eget gårdskjøkken, og har basert på dette utviklet en familiebedrift med fem heltids arbeidsplasser. Ottestad har benyttet seg av Kompetansenettverket sitt tilbud, både gjennom besøksordning og ved å delta på kurs. Varene selges både fra egen gårdsbutikk og på ulike markeder, samt på nett. Han har også investert i en salgsbil for å nå bedre ut til markedet.

Ottestad forteller at de har god erfaring med å bruke ulike salgskanaler, og at det meste av salget gjøres fra salgsbilen. For ham er kontakten med forbrukerne helt avgjørende. «Å møte folk, få tilbakemeldinger på produktene og høre hva folk synes, er det som gjør at det er artig å holde på med dette».

Foto: Det Norske Måltid / Kristin Austigard

Det Norske Måltid

For 15. år på rad leter vi etter det ypperste innen mat og drikke, og løfter frem landets dyktigste produsenter i den nasjonale konkurransen Det Norske Måltid. Konkurransen har som ambisjon å øke etterspørselen, skape stolthet og styrke omdømmet for norsk mat- og drikkeproduksjon. Hvert år sendes hundrevis av produkter fra store og små produsenter inn til fagtunge juryer, hvor alle får en skriftlig tilbakemelding fra dommerne.

For dem som når helt til finalen, venter en festkveld som samler hundrevis av representanter fra produsenter, samarbeidspartnere, media og nasjonal matbransje. Rett og slett en nettverksarena som har som mål å vise frem kvaliteten og de beste nasjonen har å by på i hver kategori.

Logoen er blitt et nasjonalt kvalitetsstempel alle finalister og vinnere får anledning til å bruke i sin videre markedsføring. Siden oppstarten i 2008 har Det Norske Måltid vurdert over 2500 unike produkter, og kåret 200 vinnere. Ambisjonen er å fortsette å videreutvikle konkurransen som den største, uavhengige kåringen matbransjen i Norge har å by på.

Les mer på: detnorskemaltid.no

Foto: Det Norske Måltid / Kristin Austigard

Mathåndverk 04_2022.indd 14 01.02.2023 16:29:41

Linn Skjærlund, student ved Handverksysting, gjer klar yoghurt.
Foto: Dora Bouman

Les mer om fagskoleutdanningene:

- nordlandfagskole.no
- fagskulen.no
- fagskolen-innlandet.no
- web.trondelagfylke.no/trondelag-hoyere-yrkesfagskole/Studiestedene/Levanger/

Fagskoleutdanning gir muligheter

Dei siste åra har det komme til ei rekke utdanningar innan matkultur, lokalmat, opplevingsbasert reiseliv, bioøkonomi, spekevareproduksjon, matteknikk og handverksysting.

Endå fleire er under godkjenning, som på Hjeltnes i Ulvik. Fagskulen Vestland søker om godkjenning for utdanning innan gastronomisk reiseliv og pommelier og skal saman med Fagskolen Innlandet tilby fagskuleutdanning innan frukt, bær og siderproduksjon.

Fagskulen Vestland, Nordland og Innlandet er tre av studiestadane du kan knyte deg opp mot. Det er to eller tre års studium, samlingsbasert og over nett. Det er praktiske øvingar på samlingar og teori/heimeoppgåver på nett. Studia har opptakskrav som du må undersøke ved studiestaden kva er. Studia er svært ettertrakta og fyller seg raskt opp.

Mange trekker fram nettverket ein får av å arbeide så tett i lag over tid. Når ein skal overta eller drifte eit føretak innan opplev-ing og produksjon er det mange regelverk å sette seg inn i. Fleire lokalmatgründer-ar set seg på skulebenken for å få betre innsikt i produksjon, råvarer, marknad og konkurransesituasjonen for det ein skal drifte. Dette gir styringskontroll i kvar-dagen. Kunnskapen ein tileignar seg gir oversikt og handlekraft.

Det er eit stort fagfelt å foredle ei råvare til produkt, dokumentasjonskrav i næringskjeden er betydeleg og bak god matkunnskap kjem også god formidlings-evne. Du kjem tett på dei biologiske pro-sessane i næringsmiddelet og forstår let-tare moglegheiter til produktutvikling.

I tillegg til dette så har Nofima ei rekke kurs for næringsmiddelindustrien også tilpassa lokalmatprodusentar. Økologiske matvarer har eigne utviklingsmidlar som Nofima drifter og fyljer opp. Her går forsk-ing og kurs hand i hand, slik at produsent-en kjem tett på siste kunnskap.

Hos Baker og konditorforeningen, BKLF, kan ein også søke kompetanse. Dei har sin kursstad på Sørumsand med eige akademi i bakarfaget, kurs og rådgiving.

NIBIO har forsking og prosjekt over heile landet, nemnt i fleire artiklar i bladet her. Studiet i bærekraftige matopplevelser ved Fagskulen Nordland er i samarbeid med NIBIO.

Skulane samarbeider med vidare-gåande opplæring og i Trøndelag nyter Kompetansenttverket godt av studiesta-dane der med oppdatert næringsmid-delteknisk utstyr slik at praktisk læring og ferdigheiter får stå sentralt i opplæringa.

«Wildberries» Verdiskapning fra ville norske bær

Det bugner av ville bær i norske fjell og skoger, men dessverre plukkes kun 4-5 prosent av alt som modnes. Likevel er interessen stor både fra private og kom-mersielle aktører.

Alle ønsker gode avlinger med høy kval-itet og lett tilgang til råvaren. Prosjektet Wildberries skal utvikle modeller og verk-tøy som gjør det enklere å anslå hvor, når og hvilken kvalitet de ville bærene har i en gitt sesong. Det settes søkelys på tyttebær da de har lange tradisjoner i Norge, inne-holder mange interessante stoffer, og har potensial for videre produktutvikling.

Siden 2019 har vi registrert antall tyttebærblomster og senere antall bær. Resultatene fra blomstring, bær, klima-data og skogstype danner grunnlaget for en modellering av avlingen. Dette er viktig fordi mengden bær har variert fra år til år og fra sted til sted.

Analyse av bær fra de ulike geografiske områdene gjøres ved Nofima, og resultater fra 2019-sesongen viste at totalt innhold av anthocyaniner, det blå fargestoffet, synk-er mot nord. Gjennom årlige analyser skal resultatene knyttes sammen med klima-data, geografisk sted og skogstype, noe som senere vil være grunnlaget for å lage modeller for bærkvalitet.

Les mer om prosjektet:
https://nofima.no/prosjekt/wildberries

Mathåndverk 04_2022.indd 15 01.02.2023 16:29:42

Lokalmat er viktig!

Tekst Nils Vagstad, NIBIO

Mat, matproduksjon og landbruk opptek mange. Mange er også opptatt av klima og miljø, noko som har ført til mykje fokus på husdyra våre. Då er det bra at mange også er opptekne av berekraft. Fordi berekraft er verken statisk eller enkelt definerbart, men er den krevjande balansen mellom mange ulike og ofte motstridande hensyn.

Mat er ei kjelde til makt, fordi det dreier seg om store pengar og grunnleggjande samfunnsinteresser. Det skjer store endringar i heile verdikjeden, frå jord til ditt bord. Ein aukande del av verdiauken skjer i foredlingsprosess, distribusjon og sal.

Sjølve råvara kjem dårlegare ut. Denne utviklinga vil truleg akselerere, i takt med at matkjedene og etter kvart også internasjonale aktørar, festar eit stadig sterkare grep om heile verdikjeda, og også på råvare- og primærleddet.

Mykje er derfor i spel, ikkje minst kven det til sist er som sit med makta over, og haustar verdiane av, maten vi produserer i landet vårt. Vil meir og meir av matens ibuande verdi forsvinne bort frå bygdene der maten blir produsert? Store, men nære spørsmål. Men – kva har dette med lokalmat å gjere?

Lokalmatkonseptet bidreg til at ein større del av verdiauken, frå råvare til produkt, blir verande i bygda der ressursgrunnlaget er. Slik som i sidereventyret i Hardanger og dei mange ostesuksessane seinare år.

Sjølv om det kanskje ikkje var dette som var mest i tankane då lokalmatsatsinga og kompetansenettverka såg dagens lys for eit par tiår sidan, så er det viktig i dag. Lokalmatsatsinga vil vere sårbar også for dei strukturelle endringane i matsektoren.

Utan levande bygder med ei livskraftig landbruksnæring tufta på det lokale ressursgrunnlaget, vil mykje bli vanskeligare. Her vil velfungerande bondestyrde samvirke, og samspelet med desse, ha ei viktig rolle. Eit samspel som også kan gi viktige tilleggsinntekter i sårbare bygdesamfunn.

Norge er eit land rikt på ofte undervurderte mattradisjonar med unike kvalitetar, tufta på mangfaldet i natur, produksjonsformer og kultur. I dag er dei løfta fram av eldsjeler rundt om i bygdene, med glødande engasjement og pågangsmot. Nye matskattar kommer stadig til, som er med å sette norsk mat med særpreg på kartet langt utover landets grenser.

Reiseliv og turisme, folk frå heile verda kjem hit – for å oppleve det unike norske. Fleire av våre egne landsmenn søkjer det same. Mat med identitet og historie burde bli ein større del av denne opplevelsen.

20 år med lokalmatsatsing har vist veg. Vi har mykje å vere stolte av, og vi har meir å hente av mat og mattradisjonar tufta på ressursar og lokale handverk i våre mange flotte bygdesamfunn.

Administrerande direktør i NIBIO, Nils Vagstad. Foto: Nibio

Med entusiasme og stå-på vilje, kopla med kvalitet og profesjonalitet, er det all grunn til framtidstru. Då trengs det også gode nettverk og samhandling, for inspirasjon og læring.

Frå NIBIO si side er vi glade for å kunne bidra, gjennom kompetansenettverka for lokalmat, eller på andre måtar der vår kunnskap om landbruk, mat og berekraft kan komme til nytte.

Mathåndverk 04_2022.indd 16 01.02.2023 16:29:42

GRUNNMODUL:

Lokal foredling av kjøtt

Hele landet

Modulen går over 3 samlinger (to og tre dagers samlinger) med totalt 70 timer og tilbys i alle fem regionene. Samlingene veksler mellom teori, praktiske øvelser og orientering/ omvisning hos foredlingsbedrifter.

Modulen egner seg for deg som ønsker å starte opp med videreforedling av kjøtt og for produsenter som tidligere har benyttet leieproduksjon, men som tenker å produsere i egne lokaler. I tillegg erfarer vi at mindre kjøttbedrifter i vekst har et behov for oppfrisking av kunnskap med nye medarbeidere.

Målet er å gi kunnskap om hva som skal til for å kunne produsere pølser, kaker, pålegg og spekemat på en trygg og god måte. Deltakerne får innblikk i råvarelære, skjæremønster, produksjonsmåter, ønskede og uønskede bakterier, ulike ingredienser og produksjonstrinn. Også andre faktorer som påvirker foredlingen tas opp; blant annet regelverk, hygiene, lokalutforming, emballasje, pakkemetoder, maskiner og utstyr, holdbarhet, næringsdeklarering, salgskanaler, mattrygghet, risikoforståelse.

I tillegg kjører vi enkeltstående kjøttkurs på 1-2 dager med spesifikke kjøtt-tema, som for eksempel, lokal slakting, salting og røyking, knivsliping, utstyr som effektiviserer, kassesalg, pris og marginer etc.

Kompetansenettverkene gjennomfører i tillegg kurs for reindriftsutøvere, det være seg nedskjæring, videreforedling, produktutvikling, biprodukt, hygiene eller HACCP. Ta kontakt med ett av kompetansenettverkene.

Kompetansenettverket tilbyr kunnskap, beslutningsstøtte og nettverk rettet mot lokale produsenter og små serveringssteder av mat og drikke. Felles for disse er et ønske om økt verdiskaping med utgangspunkt i lokale ressurser. Ideer kan oppstå med grunnlag i f.eks. gårdens ressurser, eller lokale tradisjoner og kompetanse. Summen av opplæringen gis med tanke om muligheter for økt kommersialisering og merverdier.

GRUNNMODUL:

Serveringsbedrifter

Hele landet

Gjennom tre samlinger, hver på 2 dager, gjennomgås basiskunnskaper for å kunne starte og drive eget serveringssted, enten det er selskapsservering, servering på egen gård eller opplevelsesmat. Modulen har en blanding av teori og praktisk arbeid, og det inngår besøk til ulike serveringsbedrifter.

Målet med grunnmodulen er å:

- Bli tryggere på egen kompetanse innen bevertning
- Øke kunnskapen om kundebehov, prising og merkevarebygging
- Bli kjent med andre serveringsbedrifter

Tema som blir gjennomgått på samlingene er å definere egen bedrift, hvordan drive serveringssted, vertskapsrollen, kalkyler, prising og budsjett, markedsføring og merkevarebygging, bruk av sosiale medier, kundebehov og verdiløft, drikkelære, servere trygg mat, samt lover og forskrifter for serveringsbedrifter. I praktisk matlaging vil det bli fokusert på muligheter ved bruk av lokale råvarer og produkt, som å ta ut merverdi av et måltid, formidle historie gjennom mat og skape gode opplevelser.

Mathåndverk 04_2022.indd 17 01.02.2023 16:29:43

GRUNNMODUL:

Bakst

Hele landet

Består av 5 kursdager fordelt på to samlinger. Kurset veksler mellom teori og praktiske øvelser og befaring på en lokal mølle og et lokalt bakeri. Opplæringen tar for seg ulike kornarter og mel som råvare, bakeegenskaper og bakerens verktøykasse. Det gis innføring i gamle kornsalg, deres kvaliteter, egenskaper og bakemetoder. Fokuset på trygg produksjon og gode rutiner er også obligatorisk tema.

Gjennomgang av forretningsmodeller og fokus på markedsarbeid og produktkalkyle.

Alle navene kjører i tillegg kortere kurs innen temaet som for eksempel; takkebakst, surdeig og autolyse, proteiner og enzymer/falltall, matbrød til servering etc.

GRUNNMODUL:

Ville vekster

Hele landet

Endring i forbrukerbehov, med økt bevissthet rundt bærekraft og lokal ressursutnyttelse medfører omstilling for lokalmatprodusentene til mer bærekraftige produkt og matopplevelser. Spiselige ville vekster, sopp eller tang og tare er eksempler på råvaregrupper i stor vekst og økende business hos stjernerestauranter, sankere og matforedlere. Koronapandemien har gjort at konsumenten er blitt mer opptatt av å høste fra naturen, dyrke selv og kjøpe lokalprodusert mat.

Kurset fokuserer på disse tre hovedutfordringene:

- Produsentene mangler kunnskap om å ta i bruk ville vekster, samt om hvordan ingrediensene kan preprosesseres og nyttes videre i foredlingsleddet.
- For lite genuine produkter med ville vekster begrenser markedsmulighetene. Vi har ikke greid å utnytte markedspotensialet, sammenlignet med andre nordiske land på dette området. Få opp et bredere mangfold med produkter basert på ville vekster.
- Fagfeltet er meget omfattende og relativt nytt. (jfr. Mattilsynets def. av Ny mat). Behovet for opplæring er stort for å sikre mat med spesielle kvaliteter og mat som er trygg. Mattilsynet erkjenner varierende kunnskap på området og behovet for å gi tydelige retningslinjer til matbransjen er stort.

Opplæring skakl bidra til omstilling gjennom økt:

- Kunnskap om lokale og regionale ville vekster, sopp, tang og tare i sanke- og foredlingsleddet
- Kunnskap om teknologi, metodikk og produksjonspraksis
- Lokal verdiskaping med mer genuine og bærekraftige produkter
- Formidlingsverdi for gårdsserveringssteder
- Lokal verdiskaping og lønnsomhet

Mer sanking og videreforedling hvor ville vekster inngår som ingrediens i produktet, øker særpreget og tilgjengeliggjør nye produkter i markedet. Produkter med distinkte egenskaper og som kan gi helsemessige gevinster, styrker forretningsmulighetene for lokalmatprodusentene.

KURS:

Lokal foredling av melk

Hele landet

Innføringskurs: Kurs over 3-4 dager som tilbys i alle fem regionene i landet. Praktisk og teoretisk kurs for de med interesse for videreforedling av melk og som tenker å etablere egen virksomhet. Kurset gir innføring i melkeforedling fra yoghurt og rømme til ferskost og fastost. Dette kurset gir faglig grunnlag for å gå videre på grunnmodul eller dybdekurs i foredling av melk.

Grunnmodul melk: Nye kurs frå 2023 blir lyst ut ved Sogn Jord- og Hagebruksskule, Aurland. Kurs for deg som skal starte ysteri. Du bør ha teke innføringskurset i ysting eller ha tilsvarande erfaring for å vere med. Ta kontakt om du er usikker. Kurset vekslar mellom praksis og teori, planlegging av ysteri del av pensum. Sjå program og innhald på www.sjh.no.

Fagskule mjølkeforedling: For meir informasjon om denne utdanninga, sjå Fagskulen i Vestland.

Dybdekurs mjølkeforedling: Kompetansenettverket har tilbud gjennom året, der vi har fagsamlinger eller kurs om et bestemt fagområde. Det kan være kurs i gamalost, mjukost, lagring, yoghurt, osv.

Mathåndverk 04_2022.indd 18 01.02.2023 16:29:44

GRUNNMODUL:

Salg og marked

Hele landet

Kompleksiteten i de tradisjonelle markedskanalene øker. Gjennom å tilføre mer kunnskap om markedsføring og kommunikasjon, merkevarebygging og prissetting kan man bedre nå kunden og styrke egen lønnsomhet.

Bakgrunn:

- Produsenten må som regel inn i grossistledd og marginene reduseres
- Kjedene bestemmer salgsområdet og dårlig plassering gir dårlig vareomløp
- Horeca struktureres med tanke på innskjøpsavtaler
- Tradisjonelle direktesalgskanaler er oftest mindre tilgjengelig og lite skalerbare
- For å håndtere nye digitale kanaler kreves økt digital kompetanse
- Den generelle kompetansen om salg og marked må økes

Praktisk opplæring i gjennomgåtte metoder og verktøy skal gjøre produsenten i stand til å utarbeide:

- Enkel merkevareplattform
- Egne kalkyler
- Egen markeds- og kommunikasjonsplan

Kurset passer for alle lokalmatprodusenter. Du skal helst være i gang med salg av egne produkter, slik at du har kjent litt på problkemstillingene kurset tar opp.

KURS:

Trygg mat

Hele landet

Landsdekkende. For alle som håndterer mat profesjonelt er det avgjørende at maten er av god kvalitet og ikke påfører sykdom hos dem som spiser den. Med vårt kompetansetilbud bidrar vi til å sette matprodusenter i stand til å planlegge, gjennomføre og kontrollere egne arbeidsoppgaver slik at de kan levere mat med kvalitet og mat som er trygg.

IK mat system som sikrer grunnforutsetningene i driften samt HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) er viktige tema. HACCP er en metode som kan hjelpe bedriften til å forebygge at noe går galt. Metoden gjennomgås på kurset og vil sammen med kunnskap om gjeldende regelverk og rutiner, gjøre deltakerne i stand til å benytte HACCP i egen virksomhet.

GRUNNMODUL:

Jus og sider

Hele landet

Kurset gir gjennomgang av råvarer, kvalitet og prosessar for praktisk pressing. Kurset starter med grunnprinsipp, definisjonar, metodar og historie. Tradisjon er viktig, men marknaden gir oss moglegheiter til å strekke produksjonen vår – sideren kan inngå som ei råvare, innretta mot massen eller som den mest eksklusive drikke.

Kurset går gjennom sortar, blandingar, modningsgrad på eple/frukta, samt handtering av jusen før gjæringa. Vi ser på gjæring; spontan eller styrt prosess og målingar i fyrste del av gjæringsprosessen. Val av utstyr og sjølvsakt regelverk for tilvirking og avgifter på drikkevarer, lagerstyringsprinsipper er og viktige tema når ein foredlar og sel drikke.

Grunnkurset er første del i en grunnmodul drikke, som gir enda meir kunnskap ved sluttføring av fermentering, tapping og avsluttande tema.

GRUNNMODUL:

Frukt/bær/grønt

Hele landet

Består av 6 kursdager fordelt på 3 samlinger (2 kursdager pr samling). Modulen er en kombinasjon av av teori, praksis og bedriftsbesøk.

I løpet av kursdagene legges det vekt på riktig behandling fra råvare til ferdig produkt gjennom bl.a. valg av utstyr, varmebehandling, tilsetnings- og hjelpestoffer, emballering og lagring. Samlingene veksler mellom teori og praktiske øvelser. I tillegg gis informasjon rundt regelverk I tillegg gi informasjon rundt regelverk, merking av mat og mattrygghet.

Målet er å gi deltakerne grunnleggende kompetanse om prosessering av frukt og bær, og hvordan man kan oppnå stabile, gode produkter. Det legges vekt på måling av kvalitet, sensorisk opplevelse og kundeopplevelse.

Denne modulen tilbys i alle fem regionene.

I tillegg tilbys kortere kurs på område; for eksempel bær som råvare, fermentering, ville vekster, pH og Brixmålinger, pektininnhold og konsekvenser, etc.

FAGDAGER OG NETTVERKSSAMLINGER:

Kompetansenettverkene for lokalmat arrangerer årlig større kompetansesamlinger med dyktige foredragsholdere og relevante fokusområder. En flott samlingsplass hvor produsenter møtes, bygger kunnskap og knytter viktig nettverk.

Vi nevner: fagdager Mat på Mære, MatSmiå, MR mat, fagdager lokalt mel, fagdager marked 3.0, fagdager kjøtt, fagdager frukt og bær, lokalmatdager for produsenter og serveringssteder.

Ta kontakt med oss i de ulike regionene for innspill og spørsmål **www.mathåndverk.no**

Mathåndverk 04_2022.indd 19 01.02.2023 16:29:44

Produsentstolthet

Tekst og foto Frode Kristensen, Salgslaget

Du som produserer lokale mat- eller drikkeprodukter blir stadig mer populær, enten folk handler produktene dine i butikker eller på markeder. Takket være din stå-på-vilje, utholdenhet, kreativitet, kvalitetsfokus og at du legger sjela di i produktene.

Frode Kristensen i Salgslaget

Ingen skal ta gode råvarer og ditt håndverk for gitt eller tro at det er «alt det andre» som skaper verdiene. Andre skal heller ikke kunne «beite» på suksessen din for selv å få oppmerksomhet. Derfor er stolthet og verdiskaping sentrale faktorer for lokale produsenter – selve basisen for suksessene.

Stolthet

Yrkesstolthet er følelsen når du lager produkter med kvaliteter som til fulle innfrir forventningene hos kokker, butikksjefer og forbrukere. Kall det produsentstolthet! Og stadig flere forbrukere handler på steder med kvalitetsprodukter, historie, handle- og spiseopplevelser. De drar til gårdsbutikker, slakteren, fiskebutikken, bakeren, grønnsaktorget, Reko, Bondens Marked etc. Dette kalles «opplevelsesbasert tillit». For jo nærmere folk er produsenten når de handler, jo mer får de høre om produktene, jo større tillit får de til produsenten. Dette er folk villig til å betale for. Husk det når du kalkulerer og setter prisene.

Verdiskaping

«Veien til markedet» er en trapp der du kan ta ett og ett trinn av gangen. Du kan velger å foredle selv og selge i gårdsbutikken. Da er du din egen herre, du får alle inntekter og alle utgifter. Du kan kombinere dette med nettbutikk, Reko, Bondens Marked etc.

På neste trinn har du en varebil med salgsluke og besøker matfestivaler o.l. Du kan gå videre til egen bod på markeder og matfestivaler, etter hvert også lokalbutikken, den lokale kafeen og hotellet og spesialbutikker. På øverste trinn økes både antall kunder og geografi. Og fallhøyde. Så husk – det er ingen sammenheng mellom hvilket trinn du er på, økonomisk overskudd og livslykke. Øverst i trappa selger du mer, men ofte tjener du mindre pr stykk, så totalen er den samme. Tenk derfor nøye på om du er lykkelig som liten.

Verdikjeden styrer verdiskapingen. Derfor må også små produsenter forstå logistikk, administrasjon, teknologi og systemer. Dagligvarebransjen baseres på systemer som f eks EPD, EDI, EHF, Stand, sertifiseringer og revisjoner. Det krever noe administrativ kompetanse å beherske dette, slik at du unngår «digitalt utenforskap» og for at du skal beholde kontrollen. Kompetansen kan du bygge opp selv, gjennom kurs eller annen praktisk hjelp. Dermed beholder du eierskapet til dine produktdata GTIN og EPD-numre, du styrer selv kommunikasjonen med kjedene osv.

Markedet

Skal du inn i kjedeverdenen så vit at kjedene og deres egne grossister ikke vil ha verken flere «biler på rampa» eller fakturaer. Du risikerer at de sier ja takk til produktene, men nei takk til å ta dem inn over kjedegrossist.

Skal du levere til kun noen få butikker i nærområdet kan du kanskje få levere direkte og da selv holde ordrekontor og transport. Du kan samarbeide med andre produsenter og dere kan evt kjøpe transporttjenesten. Skal du levere via grossist er det svært viktig at du forhandler og følger nøye med på vilkårene. «Prisen» er det du betaler og «verdien» er det du får. Hvordan fastsetter grossisten prisen på tjenestene, og er de verd

Mathåndverk 04_2022.indd 20 01.02.2023 16:29:45

Mathilde og Håvard i Han Sylte kolonial i Valnesfjord er stolte lokalmatprodusenter. Foto: Big Picture

prisen? Bidrar de reelt i verdiskapingen? Her skal produsentstoltheten være en motvekt og gi deg alle fordeler i forhandlingene. Heldigvis er det flere transportører, distributører og grossister som på alle måter spiller på lag med lokale produsenter. Det gjelder bare å finne dem.

Ta en aktiv rolle

Trenden har vært at mange produsenter i «god tro» har gitt fra seg styring og kontroll på sin administrasjon, teknologi og økonomi. Denne trenden er i ferd med å snu, og du som er produsent må ta en aktiv rolle i dette «spillet». Noen vil hevde at produsenter «frivillig» velger sin logistikkløsning. Men dette er den samme «frivillighet» som Henry Ford ga kjøperne av T-Ford: «Du kan velge farge på bilen, men du må velge svart».

En nøkkel for deg som produsent er å ha eierskapet til økonomien, logistikken, identitet, posisjon, men også merkevaren. Ulike «samlemerker» hos organisasjoner, kjeder og grossister kan fort ta fokus vekk fra ditt merkenavn.

Avslutningsvis undres jeg over at viktige deler av virkemiddelapparatet og ulike organisasjoner unnlater å forholde seg til de mange feller og hindre på din vei til markedet. For de er godt kjent med dem, så om ikke annet så har de et moralsk ansvar.

Et kinesisk ordtak beskriver viktigheten av kompetanseutvikling: «Gi en mann en fisk og han vil være mett hele dagen. Lær ham å fiske og han vil være mett hele livet.» Jeg kunne skrevet mye mer om trappa, veien til markedet, feller, hindre og finter. I Salgslagets bok «Veien til markedet» lærer du å «fiske». Bruk boken som veiviser og oppslagsverk.

Mathåndverk 04_2022.indd 21 01.02.2023 16:29:45

Småskala slakteri
utfordrar dei store

Tekst Kate Oddlin Hoås

Det er ikkje alltid lett å drive eit småskalaslakteri i konkurranse med dei store slaktehusa. Likevel, om vi spør Olav Arnar Bø og Lars og Hilde Selheim, er det absolutt mogleg.

God dyrevelferd og eit ynskje om å lage kjøt av beste kvalitet var ein sentral del av drivkrafta bak dei lokale slakteria Vikja AS og Voss Gardsslakteri.

– Det er ein veldig meiningsfull måte å drive med dyrehald og kjøtproduksjon på, seier Lars Selheim.

Det er dette eg brenn for

Det å vere av dei aller fyrste som starta opp med lokale slakteri blant dei store slakteriselskapa var ikkje berre-berre. I desember 2006 slakta det lokale slakteriet Vikja AS i Sogn sine fyrste julelam, og i 2008 fekk Voss Gardsslakteri godkjenningsstemplet og kunne starte eige gardsslakteri.

Prosessen med planlegging, idèutvikling, investering og bygg var stor og omfattande. Det kravde mot og ein visjon, engasjement og god planlegging. Det tok tid å bli kjende i markanden og bygge seg opp ein trufast kundekrets, og det var mange lover og forskrifter å setje seg inn i. Dei måtte sjonglere fleire arbeidsoppgåver og gjere seg mange erfaringar for å få arbeidet og logistikken til å fungere godt.

– Eg skal ikkje nekte for at eg av og til har tenkt på om det var verdt alt arbeidet og energien eg la ned i det, men eg synst ideen er så god at eg verkeleg vil vidareføre han. Det er dette her eg brenn for, seier Olav Arnar Bø.

Engasjerte for betre dyrevelferd

Tidlegare på 2000-talet var Olav Arnar ein av fem bønder i Sogn som var lei av å ikkje få skikkeleg betalt for det dei meinte var gode produkt. Dei opplevde eit felles ynskje om betre velferd for dyra som vart sende til slakting. Slik oppstod fyrst bedrifta Trafokjøt, oppkalla etter trafostasjonen dei kjøpte frå Sognekraft for å starte opp eit eige, lokalt slakteri.

– Eg husar det var litt delte meiningar om namnet, humrar Olav Arnar, som sjølv tykte det var eit godt namneval.

Trafokjøt vart fyrst etablert som eit DA, men etterkvart gjort om til AS, og også omdøypt til det nye namnet «Vikja». Der er Olav Arnar for tida dagleg leiar og ansvarleg for store deler av drifta av slakteriet.

– Eg er litt som poteta, så eg kan brukast til det aller meste, seier han, humoristisk.

Til dagleg er det han og den eritreiske slaktaren, Kebrom, som er den faste staben i slakteriet i Vik. I ulike periodar leiger dei også inn ekstra folk til arbeidet.

Einaste i Hordaland

For Lars og Hilde Selheim på Voss vaks ynskjet om å starte eige slakteri fram fordi det ikkje var att noko slakteri i nærleiken. Etter at Nortura på Granvin la ned var Voss Gardsslakteri det einaste slakteriet i Hordaland på gris og storfe. For både Olav Arnar Bø og ekteparet Selheim var god dyrevelferd heilt sentralt i valet dei tok då dei gjekk inn for å drive eigne lokale slakteri.

– Hilde hadde god innsikt i temaet dyrevelferd som tilsynsveterinær ved slakteriet som var her tidlegare, og då det la ned var det eit stort tap både med tanke på dyrevelferd og elles, fortel Lars Selheim.

Å bli frakta langt av lei i mange timar, kanskje på svingete vegar, til ein ukjend stad, kan vere ei stor kjenslemessig påkjenning for dyra. Stresset det medfører kan óg påverke kvaliteten og smaken

Mathåndverk 04_2022.indd 22 01.02.2023 16:29:45

Lars og kona bygde slakteri på garden i 2008. Dei slaktar i dag storfe, gris og småfe. I 2016 fikk dei BU-prisen i Hordaland for arbeidet med å syne oss at det er fult mogeleg forbonden å sjølv ta hand om foredling og sal av råvarene. Foto: Voss gardsslakteri.

←

på kjøtet, noko både ekteparet Selheim og Vikja AS er medvitne om. Difor er dei glade for å kunne drive slakteri i mindre skala, der den korte vegen til slakteriet ikkje byr på ei slik påkjenning for dyra.

– Det er kvart år for mange dyr som døyr på veg til slakteriet, og dette var heilt frå begynnelsen av ein viktig motivasjon for oss å unngå. Null transport er best, seier han.

Ikkje noko stresskjøtt her, takk

Og det ser ut til at kjøtkvaliteten og smaken har vore til glede for kjøparane, då både Vikja AS og Selheim Gard har opplevd fornøgde, tilbakekomande kundar ettersom drifta med slakteri og sal har gått sin gong frå den spede begynnelsen og fram til no.

– Ein av kaféane som kjøper kjøtet vårt her på Voss spurde meg ein gong: Kva er det som gjer at kvar gong vi tilberedar kjøtet frå deg luktar det heilt annleis enn det andre? Det er ei betre og mindre sterk lukt, også når det er rått, har kunden erklært, uttalar ein fornøgd Lars Selheim.

Både Selheim, Olav Arnar og andre med dei er ikkje i tvil om at stress hos dyra påverkar både smak og konsistens på kjøtet. I ein artikkel på Landbruksnytt, i august 2020, skriv Beth Tronstad at

KRAV TIL SLAKTERI

Slakteri må godkjennast av Mattilsynet i Norge. Det er dyrevelferdsregeleverket og hygieneregelverket ein må fylje. Mattilsynet kontrollerer alt slakt, der den offentlege kjøtkontrollen er til stades under slakting og stemplar skrottane godkjende for næringsmiddel. Gardsslakteria i Norge slaktar småfe, storfe og gris. I tillegg har vi små slakteri for fjørfe og tam hjort i oppdrett. Hjortevilt og rådyr må inn til eit viltbehandlingsanlegg for å godkjennast til distribusjon og ein må fylje hygieneregelverket for pakking av hjorteviltet. Mattilsynet godkjenner kjøtet for distribusjon med stempel. Jeger kan selje kjøtet direkte heilt eller i inntil 8 delar.

Slakteria må også ha foredlingsanlegget godkjent for å kunne skjere ned og selje kjøtet sjølve. Dei har til no hatt eit unntak for klassifiseringsordninga, men det vart oppheva i jordbruksforhandlingane i 2022. Klassifiseringsordninga har ein kostnad for aktørane som no er utfordrande for eit slakteri med nokre 100 dyr.

Det er mykje bokholderi ved slakting. Slakteria formidlar også kvalitetstilskota til bonden. Sjølve arbeidet rundt slaktinga og utstyr der er overkommeleg, men det er mykje folk som skal på plass og betydeleg arbeid som skal flyte før, under og etter slaktinga.

Mathåndverk 04_2022.indd 23 01.02.2023 16:29:46

Olav Arnar Bø er dagleg leiar i Vikja AS. Foto: Vikja AS

SLAKTERI SOM ER I DRIFT I NORGE I DAG

20 år tilbake var det mange slakteri som vart lagt ned, økonomi har styrt strukturendringa vi ser i dag. Tidleg på 2000-talet vart det arrangert studieturar til Østerrike og Sveits der ein såg på slakteri/nød-slaktordningane der. Gunnar Nagell Dahl, matattache i Hordaland var pådrivar for å få til gardsslakteri då Hordaland ville stå utan slakteri om få år. I dag har Hordaland tre gardsslakteri.

Det første gardsslakteriet i Norge vart på Berg Gård på Inderøy. Det vart godkjent alt i 2003. Svein Berfjord og Kirsti Farbu slaktar kvart år vel 100 av sine eigne lam der. Det er gjort svært enkelt der slakte-hallen vert gjort om til foredlings-anlegg neste dag. Vegg i vegg ligg gardsbutikken, gardsrestaurant og brenneri. Dei er ein del av den Gylden omvei.

stress hos dyr påverkar kjøtkvaliteten fordi dei brukar opp glykogenet i musklane før eller ved slakting. Tronstad skriv også at stresset fører til at kjøtet får redusert evne til vassbinding, og det påverkar kjøtet sin pH-verdi.

Variert arbeidskvardag

Å drive eit eige slakteri og sal av eigne produkt inneber mange ulike oppgåver. I tillegg til sjølve slaktinga skal ein kommunisere med kundar og ta imot bestillingar, drive marknadsføring, organisere transport og sørge for arbeidskraft til alle oppgåver. Rett nok er det ikkje alle tider på året som er like travle, så ein får ei veksling mellom arbeid og kvile i så måte. Jula er høgsesong, naturlegvis.

– Før jul er det ei travel tid og så er det mindre travelt i januar og februar, seier Selheim.

På Selheim Gard slaktar dei 40-45 dager i året og på Vikja to gonger i veka om hausten, og elles i året slaktar dei to gonger i månaden. Hilde og Lars Selheim har fast arbeidsavtale med slaktar som gjer slaktearbeidet hos dei. Transport av varene tek både Selheim og Olav Arnar for det meste sjølve, men Vikja AS har distribusjonsavtale med Dagens Mat AS for levering i Oslo.

– Sjølve prosessen med slaktinga føregår på den måten at Hilde eller eg geleidar dyra frå floren og bort til slakteriet, der Mattilsynet sjekkar at dyret kan godkjennast for slakting. Storfe bedøvast med boltpistol, småfe og gris med straum før utblødning, seier Selheim.

På Vikja AS blir både storfe og småfe bedøva med boltpistol før utblødning og leverandørane må sjølve transportere dyra til slakteriet. Bonden føl kvart dyr inn til bedøving og slakting. Dyra vert godt ivaretekne i henhald til ynskje om god dyrevelferd.

– Som leverandør av kjøt frå eige slakteri har vi sjølvsagt også arbeidet med marknadsføring. I så måte har vi til dømes nettsida vår. I haust utvikla vi også nettbutikken vår, fortel Hilde Selheim.

– Elles får vi gjerne publisitet i samband med oppslag i medier, og vi brukar Facebook og Instagram. Det er mykje inspirasjon å hente hjå mange dyktige folk i same bransje som oss, og vi har delteke på nokre kurs i marknadføring i lokalmatbransjen, seier ho vidare.

For Vikja AS, som satsar meir på restaurantbransjen og spesialbutikkar, har det vore viktig å delta på profileringar i Oslo og andre stader. Vikja har hatt kjøtet sitt på stader som Maemo, med sine tre Michelin-stjerner, og Bristol i Oslo.

– Vi sel mykje av kjøtet vårt til restaurantar, litt til spesialbutikkar og resten direkte til forbrukar, til ordinære mat-

Mathåndverk 04_2022.indd 24 01.02.2023 16:29:46

Vikja slakteri. Elavar frå Sogn Jord- og hagebruksskule er på bedriftsbesøk ved Vikja. Dei lagar farse til eigne pølser i faget foredling. Foto: Vikja AS

Etter at kjøtkontrollen har sett stempelet på skrotten, kan Lars Selheim gå over til neste fase, som er foredling. Foto: Voss gardsslakteri.

varebutikkar har vi til no ikkje lukkast med å finne rett pris og fortjeneste på, seier Olav Arnar.

Framtida

Både Vikja AS og Voss Gardsslakteri har opplevd ei god utvikling sidan dei starta i 2006 og 2008. På vegen har dei fått mykje god kunnskap og utvikla eit godt nettverk av faste kundar, og dei har trua på at fleire lokale slakteri vil komme i framtida, trass i utfordringar med til dømes koronasituasjonen og no dei høge straumprisane.

Olav Arnar erindrar 12.mars 2020 som ein svart dag.

– Vi hadde gjort det godt og fått mykje interesse for produkta våre, men så kom det etterkvart avbestillingar frå mange faste kundar i nedstenginga under pandemien. Etter gjenopninga hadde restaurantane enno mykje kjøt på frys som dei laut bruke opp, men etter ei tid tok salet seg opp att. No veit eg at enkelte julebord har vorte avbestilte, men vi får likevel tenkje det går godt framover, seier han vidare, blidt og optimistisk.

Ekteparet Selheim håpar folk generelt får augo meir opp for moglegheitene som ligg i det å drive og støtte opp under lokal verdiskaping. Dersom ein investerer i dei lokale foretaka og varene deira skaper ein etterkvart moglegheiter for fleire arbeidsplassar i lokalsamfunna.

Mathåndverk 04_2022.indd 25 01.02.2023 16:29:47

VED SLAKTEBENKEN:

Planlegg godt og oppsøk godt samarbeid

Tekst Kate Oddlin Hoås **Foto** Dyster Gård

Det er upraktisk for oss og uheldig for dyra å sende dei til slakting i Oslo, seier Johan Bjørneby. No byggjer han og kona eige gardsslakteri.

Som ein reaksjon på sentraliseringa av slakterinæringa dei siste tiåra har det etterkvart dukka opp fleire lokale slakteri i Noreg. I Sogn kom Vikja AS i 2006, Voss gardsslakteri på Selheim gard i 2008, og etterkvart fekk også bonden Johan Bjørneby på Ås tanken om å etablere og drive slakteri på eigen gard.

Engasjert fagperson

Bjørneby er en erfaren og engasjert fagperson med lang fartstid som bonde og med stor interesse for arbeidet med dyrehald og produksjon av eigne produkt. Han er oppteken av å kunne utnytte og utvikle både eigen kompetanse og alle ressursar garden har å tilby, og ynskjer å styre og oversjå alle ledd i kjøtproduksjonen, for å forvisse seg om god kjøtkvalitet, god logistikk i arbeidskvardagen og skikkeleg dyrevelferd.

Johan Bjørneby frå Dyster Gård er femte generasjons bonde på familiegarden og driv den saman med kona, Tove. No er ekteparet godt i gong med bygging av nytt slakteri.

– Vi begynte å tenke tanken i 2012, og i 2014 hadde vi utarbeida ei stor moglegheitsstudie og gjekk i dialog med Mattilsynet. Ideen vart lagt på hylla og så teken fram att i eit par omgangar, og no er vi endeleg i gong og bygget tek gradvis form. Planen er å vere klar før våronna, fortel ein entusiastisk Johan Bjørneby, som for øvrig vann Bedriftsutviklingsprisen i 2020 for arbeidet dei driv.

– Ideen kom naturleg. Vi sel allereie kjøt direkte frå garden, vi dyrkar fôret og produserer det meste av det vi treng, så det var naturleg for oss å strekke oss mot dette. Det er upraktisk for oss, og uheldig for dyra, å sende dei til slakting i Oslo, held han fram.

Både Bjørneby og kona er overtydde om at å slakte dyra i vande omgjevnader og redusere stresset dei kjenner ved lang transport, gjev betre kvalitet på både kjøtet og smaken. For dei er dyrevelferd ein heilt vesentleg del av motivasjonen for gardsslakteri.

Drahjelp og godt samarbeid

Noko av det Bjørneby løftar fram som særleg viktig i samband med å utvikle ideane og planene ein treng for å dra i gong eit slikt prosjekt, er gode samarbeidspartnarar.

– Vi har fått god drahjelp av Innovasjon Norge med støtte og rettleiing i planleggings- og utviklingarbeidet. Det har også vore svært viktig for oss å reise rundt til andre småskala slakteri i Noreg og Sverige. På den måten har vi kunne finslipe planene og sjå muligheitene betre. Dei som har gått før oss deler gjerne erfaringar og tankar, seier han.

Johan Bjørneby påpeikar at ein treng både kunnskap og erfaring frå andre hald når ein startar for seg sjølv. Samarbeid med Tom C. Johannesen hos Nofima og besøksordninga i Øst har vore til stor nytte.

Mathåndverk 04_2022.indd 26 01.02.2023 16:29:48

Hjort på beite i Snåsa. Foto: Lars Erik Almo

Lars Erik Almo. Foto: Almo Hjort

VED KJØTTKVERNA:

Snåsamann som satset på slakt

Tekst Tor Chr. Bakken

Han er kanskje ikke klarsynt som sambygdingen Joralf Gjerstad, men Lars Erik Almo ser gode muligheter for hjorteoppdrett og gårdsslakteri i Snåsa.

Lars Erik Almo (45) og kona Åsa Tørring (46) bestemte seg for å avvikle melkeproduksjonen da de overtok Almo Nordre i 2014.

– Vi ville drive med noe som lot seg kombinere med fulltidsjobber ved siden av gården. Jeg jobber i IT-bransjen, Åsa er sykepleier. Vi hadde egnet areal, og bestemte oss for å satse på oppdrett av hjort. Beskjeden fra Mattilsynet var at vi måtte skaffe tilgang på godkjent slakteri, eller starte et selv. Nærmeste slakteri lå for langt unna, så løsningen ble å starte vårt eget. Vi fikk oppstartstilskudd fra Innovasjon Norge, og startet byggingen i mai 2020. I september samme år sto alt klart.

Obligatorisk opplæringsprogram

Før de kunne starte, gjennomgikk Lars Erik det obligatoriske opplæringsprogrammet, og fikk kompetansebevis fra Mattilsynet. Selve slakteriet krevde en investering på 4 millioner kroner.

– Det er strenge krav til godkjenning av lokaler. Du må ha glatte, vaskbare gulv og vegger, knivsterilisator og anlegg for håndtering av slakteavfallet. Økonomisk går det sånn noenlunde, men heller ikke mer. Kona og jeg har ikke tatt ut lønn siden vi startet i 2014. I utgangspunktet er dette en familiebedrift, men i høysesongen fra september til jul har vi hjelp av kjøttskjærere fra Nortura.

Flere ben å stå på

Almo Hjort har driftskonsesjon for 100 mordyr på egen gård. I tillegg drives det grustak og utleie av hytter og jaktterreng for stor- og småviltjakt. Produksjonen i slakteriet er drøyt 7 tonn i året, 2,5 tonn hjort og 4,5 tonn vilt.

– Det aller meste går til det lokale privatmarkedet. Volumet er for lite til at vi kan være konkurransedyktige for levering til butikk.

God dyrevelferd

Lars Erik Almo ser flere fordeler ved å drive eget slakteri på gården.

– Vi slipper transport, og dyra blir ikke stresset. De avlives i hegnen der de oppholder seg til daglig. Dette er god dyrevelferd. At dyra er rolige når de avlives, gir også bedre kvalitet på kjøttet.

Almo trekker også frem de positive sidene ved oppdrett og slakt av hjort som næring.

– Hjort er ikke definert som rødt kjøtt, og det er tilnærmet ingen bruk av antibiotika eller kraftfor. Dette må være åpenbare fortrinn sammenlignet med annen kjøttproduksjon.

Etter halvannet års drift av gårdsslakteriet ser Lars Erik Almo allerede fremover.

– Erfaringene så langt er gode. Anlegget fungerer bra, og vi kunne gjerne tenke oss å øke produksjonen. Den store utfordringen er å skape lønnsomhet. Vi må være konkurransedyktige på pris sammenlignet med jaktvilt, et gråmarked som er mange ganger så stort som gårdsslakteriene, men som ikke gir den samme sikkerheten når det gjelder håndteringen av kjøttet.

Begrenset tilskudd

På vegne av næringen har Almo store forventninger til årets jordbruksforhandlinger.

– Her på Almo har vi flere bein å stå på og vil nok klare oss, men skal hjortenæringen være bærekraftig på sikt, må den aksepteres tilskuddsmessig på en helt annen måte enn i dag. Om man tar utgangspunkt i det arealet som kreves, mottar vi eksempelvis bare en tidel av tilskuddet som gis til dem som driver sau eller ammeku. Slik bør det ikke være.

Mathåndverk 04_2022.indd 27 01.02.2023 16:29:48

VED YSTEKARET:

Prisbelønt økologisk ost

Tekst og foto Ragna Kronstad

Sølvi Gammelsrød startet i 2017 med å produsere ost på kjøkkenet og lagre det i kjelleren. I dag har osten stor suksess og serveres på anerkjente restauranter.

Stemningen på det nystartede Rygge meieri er fylt med arbeidslyst og hektisk glede. Bestillingene strømmer inn før jul. På kontoret henger gullmedalje fra NM i ost, og brien Bjølsund har fått Spesialitetsmerke fra Stiftelsen Norsk Mat. Melka kommer fra familiegården Bjølsund, som drives økologisk.

Når man kommer til Rygge meieri ser det egentlig ut som det alltid har vært et meieri her. En gammel og ærverdig mursteinsbygning rommer produksjonslokalet med eget utsalgssted.

– I disse lokalene ble det stiftet et meieri i 1879, der alle bøndene i området leverte melka si, forteller Sølvi.

Å innrede et ysteri i et gammel murbygg fra 1800-tallet var ikke bare enkelt. Gjennom Kompetansenettverket Øst hos Nofima fikk hun uvurderlig hjelp av Tom Hofmann. Tom prosjekterer anlegg, gir råd om ysteutstyr, og er mentor for studenter.

– Man skulle jo ha ystet først, før man bygger, for å forstå hva som er smart. Det er så mange detaljer, så det er godt å tenke nøye gjennom produksjonslinje og planløsning.

Lærevillig og innovasjonsrik

– I begynnelsen var det eksperimentering på kjøkkenet og lagring i kjeller. Jeg begynte med to kurs hos Lizas småbruk og bestilte utstyr til hjemmeproduksjon i 2017, sier Sølvi.

Etter småkurs og eksperimentering på kjøkkenet, gikk veien videre til Aurland og modulkursene i 2018 med Pascale Baudonnel og Ragnhild Nordbø. Det mener Sølvi er grunnmuren til kunnskapen.

Kapasiteten i rådgivermiljøet er sprengt, da det ikke er mange på Østlandet som driver med gårdsysting. Redningen ble kollegaene på Dyre Gård, som kjente til blant annet Anne Lise Bergerud på Eiker Gårdsysteri, hvor hun var så heldig å få hospitere.

– Hjelpen og støtten fra Innovasjon Norge har vært helt uvurderlig. Hovedbudskapet i søknaden min var å skape en egen arbeidsplass for en kvinne i landbruket, videreutvikle gårdens ressurser, og skape en lokalmatbedrift som ikke fantes her fra før. Søknaden gikk rett igjennom, forteller Sølvi.

Hun ville lage noe hun likte selv, og var fascinert av en fransk rødkittost, Langres. Hun hadde også lyst å lage en mykost, og etter forslag fra ystekollegaer så ble det en brie. Brien fra Rygge Meieri ble populær fra første stund, og det har kun vært noen små justeringer.

– Jeg er veldig fascinert av råvaren melk og hva man kan få ut av den. Det tok tid å bli kjent med egen melk og se hvilken kultur som passet, sier Sølvi som kjøper kultur hos Ystebui.

Opptur under nedstengning

Meieriet åpnet rett før Korona, men har hatt opptur hele veien. De kom på femteplass med brien under gullfinalen i NM i ost 2021. Allerede kort tid etter produksjonsstart, var den på menyen på flere restauranter.

Hun satser også på en modningsost med navnet 1879, som henviser til da det opprinnelige Rygge meieri ble stiftet.

– En modningsost er selve symbolet på ysting, påpeker Sølvi

Hele familien er engasjert i driften. Gården produserer i dag 600 000 liter melk i året, og av det brukes 3000-5000 liter i ysteriet hver måned.

– Det blir mer spennende å være bonde når man ser et ferdig produkt skapt på råvaren, avslutter Sølvi.

Mathåndverk 04_2022.indd 28 01.02.2023 16:29:50

Fagskolestudenter på høsting av ville vekster på Helgeland

Eva Narten Høberg

VED SKOLEBENKEN:

Bærekraftige matopplevelser

Tekst Frøydis Gillund, NIBIO **Foto** NIBIO

Den nye utdanningen, Bærekraftige matopplevelser, handler om hvordan alle land skal produsere mat på egne ressurser. I Norge er bruk av utmarka en avgjørende del av løsningen

– Verdens første fagteknikere i bærekraftige matopplevelser uteksamineres fra Nordland fagskole våren 2023. Bruk av det norske ressursgrunnlaget til matproduksjon for å øke matsikkerhet og beredskap, er et overordnet mål med utdanningen. Dette har fått økt aktualitet på grunn av pandemier, krig og blokader, sier prosjektleder Eva Narten Høberg ved NIBIO.

Norges arealressurser består av 95 prosent utmark, og halvparten av arealet kan utnyttes til mat for beitedyr. Sau, geit, storfe og rein er vårt viktigste redskap til å omforme, for oss mennesker, ufordøyelig beitegras til næringsrike råvarer som kjøtt og melk. I tillegg bugner utmarka av vekster som kan spises direkte av mennesker.

– Av hensyn til klima, miljø og vår egen og andre lands matsikkerhet, har det aldri før vært viktigere å formidle kunnskap om betydningen av å produsere mat på egne ressurser. Vi er derfor svært glade for at utdanningen Bærekraftige matopplevelser er blitt et permanent tilbud. Det var også veldig artig å bli lagt merke til gjennom Matprisens nominasjon som «Årets formidler» i 2022, forteller Høberg.

LES MER OM FAGSKOLETILBUDET

www.nordlandfagskole.no

Bredt og viktig samfunnsansvar

Det er et utbredt krav i samfunnet at mat- og opplevelsesproduksjon foregår på en bærekraftig måte, og at bedriftene tar sitt samfunnsansvar på alvor. Dette innebærer bl.a. at hensyn til miljø, kulturarv, dyr og mennesker skal ivaretas langs hele verdikjeden fra jord og fjord til bord.

Opplevelsesturisten søker det autentiske, og vil gjerne komme nært på lokal kultur og lokale tradisjoner. Dette inkluderer også hensyn til bevaring av natur- og kulturverdier, for eksempel genetiske ressurser i gamle husdyrraser og kulturplanter, biologisk mangfold i kulturlandskapet og håndverkstradisjoner. Samlet gir dette muligheter for ny verdiskaping i næringene langs hele verdikjeden.

– Utdanningen legger blant annet vekt på å formidle et nyansert bilde av drøvtyggernes rolle i et bærekraftig perspektiv, sett i forhold til naturgitte forhold med bruk av de norske utmarksressursene, fortsetter Høberg.

Nærhet mellom produsent og forbruker

Utdanningen skal bidra til større nærhet mellom produsent og forbruker, ved å gi bedriftene kunnskap om matproduksjon, kultur- og naturverdier, verdien av tradisjonell kunnskap, samt hvordan denne kunnskapen skal foredles og kommuniseres til gjestene for å bidra til bærekraftsmålene.

– Slik sett er utdanninga et viktig tiltak for å gi næringene mulighet til å levere på sitt samfunnsoppdrag knyttet til formidling av bærekraftig produksjon og forbruk, som igjen vil bidra til at allmenheten får økt bevissthet om en bærekraftig livsstil i harmoni med naturen, avslutter Høberg.

Utdanningen tar opp nye studenter gjennom utlysning i Samordna opptak på våren.

Mathåndverk 04_2022.indd 29 01.02.2023 16:29:51

HACCP – Verktøyet som sikrer bedre mattrygghet

Tekst Solfrid Sande, frilandsjournalist **Foto** Nofima

Kontroll av kritiske punkt i prosessen er viktig for å lage trygg mat. HACCP-systemet er verktøyet, og med et godt flytskjema på plass sikrer du bedre mattrygghet.

Fokus på mattrygghet er viktig for alle produsenter og frambydere av næringsmidler, for ingen skal bli syke av maten vi lager. Det hviler et stort ansvar hos daglig leder, som må tilegne seg kunnskap om system og regelverk.

Stolthet

Næringsmiddellovverket er det samme for alle bedrifter, store som små, men det er fleksibelt. Oppfølging av krav tilpasses bedriftens størrelse og aktivitet. Som ny matprodusent må du registrere bedriften hos Mattilsynet, og det kan gjøres på nett. Gro H. Kleiberg, seniorforsker i Nofima, anbefaler å bruke de gode fagressursene hos Mattilsynet, som har både opplæringsvideoer og egen veileder for lokalmatprodusenter.

– Det blir viktig å lage gode rutiner for å få kontroll over produksjonen, mener Kleiberg.

IK-mathåndboka må på plass, med alle rutiner og dokumenter som trengs for å oppfylle kravene i lovgivningen. Her skal du beskrive hvilke rutiner bedriften skal ha for renhold, og hvordan man utfører og sikrer at hygienereglene er gode. Det omfatter alt fra helsetilstand til ansatte, arbeidsantrekk og arbeidsrutiner for håndtering av mat. Renhold av produksjonsutstyr og lokaler er også en viktig del, samt jevnlig kontroll for å unngå skadedyr.

Kleiberg har holdt kurs i mattrygghet for lokalmatbedrifter i femten år , og ser at det er et utømmelig behov for informasjon og opplæring i bruk av verktøyet. Det kan være vanskelig å forstå sammenhengen mellom teori og praksis.

HACCP eller fareanalyse

«Veien til markedet» For mange er det også et krav til å gjennomføre en fareanalyse basert på HACCP, som betyr Hazard Analysis and Critical Control Points. En vanlig feil er at en gjerne forveksler HACCP og HMS, og blander inn ordet kvalitet. Men dette handler bare om mattrygghet.

HACCP er en vitenskapelig arbeidsmetode som benyttes over hele verden for å holde kontroll på mattryggheten, men Kleiberg synes fareanalyse er et bedre ord for å beskrive hva det innebærer. Her går man gjennom produksjonen, avdekker og får kontroll på eventuelle farer som kan oppstå i tre kategorier; fysiske, kjemiske eller biologiske.

– Mange synes mikrobiologi er spesielt vanskelig, for det kan de ofte ikke så mye om og de vet ikke hva de må gjøre for å få kontroll. Hvis du ikke avkjøler maten riktig kan bakterier utvikle seg raskt på et døgn, og i verste fall gi matforgiftning. Det har vi sett flere eksempler på, forteller Kleiberg.

De biologiske farene kan være bakterier, virus, parasitter eller muggsopp. De fysiske kan være glass, metall eller smykker, mens kjemiske farer i maten kan

Mathåndverk 04_2022.indd 30 01.02.2023 16:29:51

være plantevernmidler, allergener eller antibiotika. Mange sliter mest med å gjennomføre en fareanalyse, og det å sette opp eget flytskjema for produksjonen for å oppdage mulige farer, forteller Kleiberg.

Kritisk kontrollpunkt

I flytskjemaet skal en ha med produksjonen trinn for trinn, og for hvert trinn spør en seg hva som kan gå galt og hva en gjør for å unngå faren. Noen av trinnene kan være kritiske kontrollpunkt, hvor det er viktig med ekstra god styring. Eksempler på slike kritiske punkt er tid og temperatur ved varmebehandling og nedkjøling, saltinnhold eller pH.

Lager du for eksempel karbonader, som skal ha en kjernetemperatur på 75 °C for å være et trygt produkt, da vil måling av kjernetemperaturen være et kritisk kontrollpunkt i flytskjemaet. Oppnås ikke denne temperaturen, må en finne årsaken, evaluere og teste på ny, eventuelt kassere produktet. Uansett er det viktig at et «ikke godkjent» produkt, aldri når forbrukerne.

Mathåndverk 04_2022.indd 31 01.02.2023 16:29:51

Merkevarebygging i praksis

Tekst og foto Mette Fagerli Merkeledelse

Hva må du tenke på når du skal bygge merkevaren din? Mange tenker at merkevarebygging er «logo, fargepalett og sånt». Andre tenker at det er kommunikasjon, sosiale medier og reklame, eller at det er forretningsutvikling, produktutvikling og salg. Og ja, det er alt det – og det henger sammen!

I jobben som mentor skjer det ofte at jeg blir spurt om forslag til hva en bedrift eller produkt bør kommunisere i sosiale medier og hvilke foto eller videoer en kan bruke for å få oppmerksomhet eller økt salg. Jeg blir også noen ganger bedt om å bidra når en fotograf skal ta bilder til nettside eller markedsmateriell. Uten å kjenne forretningsmodellen for bedriften det gjelder, er det vanskelig for meg å si noe om merkevarestrategi for merket. Så der begynner diskusjonen: «Hvilken oppfatning ønsker du at folk skal ha av deg og ditt produkt?»

Mange små og mellomstore bedrifter mangler en definert stilling/oppgave som kommunikasjonsansvarlig, og finner det vanskelig å finne godt nok innhold å legge ut på sosiale medier. De har verken gode foto eller gjennomarbeidet tekst tilgjengelig for sosiale medier hver uke. Innlegg som legges ut blir derfor ofte «ha en fin søndag» med et foto av katten som sitter på trappen eller en vakker solnedgang.

Mathåndverk 04_2022.indd 32 01.02.2023 16:29:51

Mette Fagerli

Det er lett å forstå at de ønsker å by på en småbedrift-eiers hverdag, men denne typen kommunikasjon er hastig og lite gjennomtenkt med lav sannsynlighet for at algoritmene i sosiale medier tar av.

Hvis dette lyder kjent kan du stille deg selv spørsmålene du sannsynligvis vet du burde ha svar på, men som du aldri helt har tatt deg tid til å formulere som konkrete mål og tiltak.

Du bør ta du deg tid til å skrive forretningsplanen for virksomheten din og definere merkevaren din sin identitet, før du bruker ressurser og innsats for å lage innhold i sosiale medier. Jeg lover deg at det over tid vil spare deg for mange frustrasjoner og gi mye bedre synlighet og en sterkere merkevare gjennom kommunikasjon og visuell utstråling.

Forretningsmodell

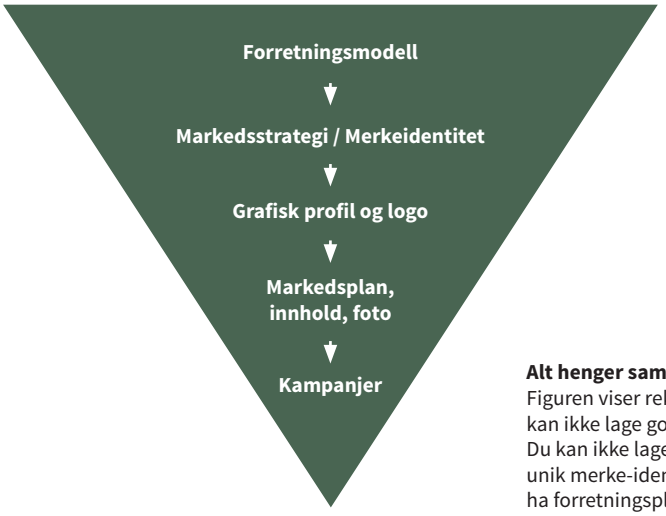
Alle bør ha en regelmessig gjennomgang av sin forretningsmodell, men det er en utfordring å prioritere dette i en hektisk hverdag. Forretningsmodellen bør justeres ved å gå gjennom hvordan bedriften skaper sine inntekter; ved å skape, selge og levere verdi til kundene sine. Altså hvem er de viktigste kundesegmentene? Hvilken verdi leverer vi til disse? Hvordan selger og leverer vi til kundene våre? Hvilke inntekter genereres til bedriften gjennom salg, og hvilke bidrag til samfunnsutvikling og bærekraftsmål oppnås.

I forretningsmodellen beskriver du også hvilke ressurser (mennesker, penger, kompetanse, natur, maskiner, teknologi, nettverk) du trenger for å produsere verdi til kundene dine og hvilke investeringer og kostnader produksjon, salg og leveranse fører med seg. Du bør også beskrive hvilke miljømessige og samfunnsmessige kostnader produksjonen medfører. En forretningsmodell bør være dynamisk og endres i takt med bedriftens utvikling, samfunnsutvikling og teknologi. For en bedrift som selger og leverer lokalt produsert mat til privatpersoner på Bondens Marked og Reko-ringen, kan en utvikling i forretningsmodell være å også levere til privatkunder via nettbutikk, eller å inkludere nye kundegrupper innen for eksempel Horeca, i forretningsmodellen.

Poenget med å bruke tid på forretningsmodellen er at det gir en stor trygghet å utforske og beregne inntektsmuligheter og investeringer/kostnader i teorien, før man setter i gang. Det er mange som kan ha urealistiske forventninger til inntektssiden og glemme vesentlige kostnader, fordi man er så ivrig etter å komme i gang.

Ikke minst er det viktig å ta seg en studietur, fysisk eller via digitale plattformer, og snakke med de som har gått opp veien før en.

Mathåndverk 04_2022.indd 33 01.02.2023 16:29:52



Alt henger sammen med alt:
Figuren viser rekkefølgen i prosessen for forretningsmodellen. Du kan ikke lage gode kampanjer uten å ha god grafisk profil og foto. Du kan ikke lage en god grafisk profil og foto uten å ha definert unik merke-identitet. Du kan ikke definere merkeidentitet uten å ha forretningsplanen og målgruppene på plass.

Merkevarestrategi

En merkevarestrategi handler først og fremst om kunden og kunden sine behov. Det første man gjør når man skal lage en merkevarestrategi er å definere målgruppene sine. De deler av et marked man ønsker å nå. Målgrupper kan med fordel beskrives gjennom eksempler på typiske personer i målgruppen. Dette kaller vi «personas». En merkevarestrategi har som mål å definere hvilke assosiasjoner/tanker/følelser (det kan være produkter, egenskaper, farger, foto, mennesker, stemning, sted, kvalitet ...) du ønsker at målgruppene skal forbinde med ditt varemerke (navn og logo) i den kollektive hukommelse.

Vi definerer sterke merkevarer ved at de forbindes med assosiasjoner som er sterke (mange sier det samme), unike (noe som gjør at vi skiller oss fra konkurrentene) og attraktive (vi forbindes med positive egenskaper rundt produkter, tjenester, mennesker, ansatte og holdninger). En sterk merkevare har lojale kunder som bruker merket/produktet igjen og igjen, og anbefaler andre å bruke merket. Gjenkjøp og anbefaling er en viktig effekt av merkevarebygging.

Posisjon i markedet

En merkevares posisjon i markedet sier noe om hvordan vi leverer annerledes eller bedre enn konkurrentene på noe som er viktig for kundene våre. Hvordan vi skiller oss ut i markedet.

En merkevares personlighet sier noe om merkevaren sin utstråling. Ønsker vi å utstråle for eksempel spenning, nyskaping og fart, eller kompetanse, erfaring og klokhet? Alternativt raffinement og eleganse, eller kanskje det passer at merket ditt utstråler det ekte, jordnære og barske? En designer vil bruke ulike verktøy (fonter, farger, foto og materialer) for å uttrykke ulik merkepersonlighet.

Grafisk profil og logo

En tydelig og distinkt grafisk profil bør du få hjelp til å lage av en utdannet grafisk designer. Å utvikle en grafisk profil, noe som innebærer navn, logo, logosymbol, typografi, fargepalett, mønster, fotostil, og ikke minst lage en regi for hvordan de ulike elementene skal brukes sammen, er et eget fag. Du har mye igjen for å investere i en gjennomtenkt og gjennomarbeidet grafisk profil.

En god grafisk profil gir deg en stolthet i salg av produkt eller tjeneste, og er i høy grad med på å bygge merkevaren din. Det letter beslutningene som må tas i all utvikling å ha definert en merkeidentitet som synliggjøres gjennom en solid grafisk profil.

Markedsplan

Når merkevarestrategi og grafisk profil er på plass, og du har definert identiteten og hva du ønsker skal forbindes med varemerket ditt, kan du lage en konkret markedsplan som tilsvarer årskalender.

En markedsplan definerer hva du ønsker å kommunisere, til hvem, gjennom hvilke kanaler. Den bør også definere hva du ønsker å oppnå med markedstiltaket, og hva du har råd til å investere i markedsfremmende aktiviteter.

En markedsplan inneholder tiltak for å fremme produkt og tjenester ut mot markedet. Det kan være annonsering, salgsmateriell, kampanjer, konkurranser, sosiale medier, events, bildekor, skilt, nettverksbygging, presse, lobbyvirksomhet, telefoner, nyhetsbrev etc.

Skal du fremstå tydelig og synlig gjennom kommunikasjon, bør du lage en gjennomtenkt innholdsplan og ha gode foto som symboliserer det budskapet du ønsker å formidle. På denne måten kan du plassere ideene i en årskalender og mye enklere se hvilke behov du har for foto og tekst. Du kan hente mye inspirasjon fra brosjyrer, magasiner og nettsøk. Typiske julebilder med snø og vinterstemning kan gjerne tas i februar. Da har du dem klare til du skal markedsføre juleprodukter i oktober/november.

Mathåndverk 04_2022.indd 34 01.02.2023 16:29:53

Merkenavn, logo og grafisk profil går igjen på alle produktene, og i omgivelsene inne på gården. Dette skaper synlighet og synergier, og forenkler markeds-kommunikasjonen betraktelig.

European Region of Gastronomy (ERG)

Tekst Beth Tronstad, Kompetansenettverk lokalmat Midt **Foto** Tim Reidar Stenberg

I 2022 ble matregionen Trøndelag tildelt den høythengende tittelen European Region of Gastronomy. ERG-sertifisering er et kvalitetsstempel, og arbeidet har løftet kunnskapen om mathåndverket og høynet kvaliteten på lokal mat og drikke. De mange arrangementene gjennom året har synliggjort viktigheten av egenprodusert mat, og vist hvordan kunnskap, opprinnelse og matkultur, samt bærekraft og turisme henger sammen. ERG-arbeidet har bidratt til en videreutvikling av lokalmattilbudet og en profesjonalisering av aktørene i hele verdikjeden. Denne kompetansen er delt både i og utenfor Trøndelag.

I senere tid har krig og kriser vist forsyningslinjer i forstyrrelse. Selvberging og bærekraftige matsystemer har kommet høyere på politisk dagsorden. Stadig flere forbrukere og besøkende mener utnytting av lokale ressurser er en motkraft til ikke-bærekraftige globale mattrender.

Trøndelag en sterk matregion

Trøndelag har over mange år jobbet systematisk med mat og landbruk som tema, og befestet seg som en sterk matregion. Næringsaktører, kunnskapsmiljøer og det offentlige støtteapparatet har tradisjon for å jobbe sammen med klare ambisjoner. Det bidrar til videreutvikling og skaper nye muligheter fremover.

Det trønderske matfatet er unikt og inspirerer til mangfold og kvalitet. Regionen er kompakt. Du kan reise rundt på lokalmatsafari og besøke gårdsbruk, fiskere, reineiere og foredlere på rekke og rad mellom fjord, fjell og frodige jordbruksområder, i et kulturlandskap i hevd.

Kombinasjonen av vekstforhold, råvarer, dyktige produsenter og fagmiljø, samt den trønderske gjestfriheten, har gjort Trondheim og Trøndelag, som første region i Norge, til European Region of Gastronomy 2022. Det gir oss en posisjon både nasjonalt og internasjonalt, og vil bidra til å løfte regioner i hele landet.

Det koker i regionen, bokstavelig talt!

World Cheese Award kommer til Trøndelag i oktober 2023, og Bocuse d'Or i 2024. Både ERG, Oste-VM og Bocuse d`Or er store internasjonale begivenheter der råvarekvalitet, kreativitet og kunnskap, mangfold og perfeksjonisme står sentralt. Sammen skal vi fortsette vårt arbeid og sørge for at Trøndelag markerer seg som en sterk og attraktiv matregion.

Kunnskap er viktig

Arrangementene skaper forventninger om høy produktkvalitet, mangfold og bærekraft. Flere produsenter ser dette som en mulighet for økonomisk verdiskaping og vekst. Kompetansenettverket lokalmat vil, i samarbeid med andre, bidra til en styrking av produktkvalitet og trygg mat gjennom teori og praksis. Det er i detaljene at faget ligger!

Velkommen til matregionen Trøndelag!

EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY
TRONDHEIM - TRØNDELAG
AWARDED 2022