

Fordi du



bryr deg

ET MAGASIN
FRA DEBIO
#6

GRÜNDERSKAP / ENDRING

KORSVOLD GÅRD / BLOMSTERHAGEN PÅ ABILDSØ / DUN ANDELSLANDBRUK

MATPRISEN - GODT BRØD / BÆREKRAFTIG KOKKEREKRUTTERING / NYE MARKEDSKANALER



Hva om vi alle er bønder ...?

For et par år siden skrev jeg en artikkel til Herba sitt julenummer. Overskriften var «Hva om vi alle er bønder?». Jeg skrev da om mitt forhold til maten jeg spiser, at jeg bryr meg om hvor den kommer fra og hvordan den er produsert. Dette er emner som jeg vil tro mange lesere av dette magasinet har interesse av og en høy grad av kunnskap om. I disse tider, hvor en pandemi har rammet landet vårt, og resten av verden, er ikke dette tema noe mindre relevant. Enda flere mennesker har opplevd hvor sårbar verden er og hvor viktig det er å ha tilgang til trygg og sikker mat.

Trygg og sikker mat handler nettopp om å vite hvor den kommer fra, hvordan den er produsert og at vi har et mottaksapparat og omsetningsledd som kvalitetssikrer det som selges til forbrukere. I dette systemet er alle aktører fra fjord og jord til bord viktig. I den økologiske matproduksjonen stilles det strenge krav til at det årlig utføres minst ett tilsyn med de virksomheter som ønsker å produsere og

selge økologisk mat, og ikke minst er det krav om at hele produksjonsprosessen er dokumentert og alle råvarer sporbare til sitt opprinnelsessted. Denne sertifiseringsprosessen krever ekstra innsats fra de som ønsker en godkjenning, og jeg synes de over 3000 virksomhetene i Norge som har en godkjenning fra Debio kan være stolte av at vi har et slikt system og stolte av jobben de legger ned for å tilby norske forbrukere trygg, økologisk norsk mat.

Økologisk landbruk bygger på et helhetssyn som omfatter de økologiske, økonomiske og sosiale sidene ved landbruksproduksjon, både i lokalt og globalt perspektiv. Mennesker har et moralsk ansvar for å drive landbruket på en slik måte at risikoen for negativ innvirkning på naturen, miljøet og innholdet i maten er minimal.

Jeg håper dette er et godt grunnlag for at norske myndigheter ønsker å videreutvikle og satse på økologisk mat i Norge. Slik det er nå satser vi på



Veslemøy Olavsråden, bonde på Sansesgården Olavsråden
Foto Birgitte Eva Hollander – Helt Folk

import! Markedet har vært i vekst over mange år, men den norske produksjonen av økologisk mat har gått tilbake. Veksten løses derfor i stor grad av import, men gledelig nok ser vi også en fin vekst i alternative salgskanaler som direkte salg fra gården og via markeds plasser. Dette kommer også klart og tydelig frem av Landbruksdirektoratet sin rapport «Produksjon og forbruk av økologiske jordbruksvarer».

Det er ikke bærekraftig over tid at norsk landbruk skal basere seg på import av mat og innsatsmidler fra andre siden av jorden. Skal vi sikre maten for våre fremtidige generasjoner må vi gjøre det beste ut av det grunnlaget vi har for å drive matproduksjon her i landet. Dette handler i stor grad om å utnytte beiteressurser og økt fokus på produksjon av frukt, grønt, korn og belgvekster. Det handler om jordvern, det handler om å ha gode handelsavtaler for det vi ikke kan produsere i Norge, det handler om å *ta matvalget*: Øke kunnskapen om å lage mat

fra bunnen av, tenke sesong, tenke kortreist, ta bevisste valg i bruk av kjøtt og fisk, og ikke minst velge økologisk norsk mat. Som vi erfarer gjennom veiledningstjenesten Matvalget handler dette også om at det må stilles krav gjennom offentlig norsk innkjøp til både økologisk og norskprodusert mat. Dette kan raskt sikre økt volum basert på norske ressurser, som skaper gode varestrømmer og gir bonden større trygghet for å få omsatt sine produkter. Det betyr også lokale arbeidsplasser, levende bygder og kulturlandskap.

Jeg tror at vi alle bærer på en bonde. Det er ikke så lenge siden vi alle var bønder. Pandemien viser at vi har en del kritiske yrkesgrupper i Norge. Jeg er ikke tilhenger av å løfte noen frem på bekostning av andre – jeg mener vi alle utgjør små tannhjul i jordas kretsløp, men trygg mat er livsviktig. Bonden og jorda er viktige, da må vi lytte til bonden og til jorda!

Vennlig hilsen Ole Petter

I år er det femten år siden paraplyorganisasjonen IFOAM, som Debio er medlem i, vedtok de fire prinsippene for økologisk landbruk. Prinsippene ble formulert etter en lengre prosess blant medlemmene for å beskrive de grunnleggende verdiene økologisk landbruk.

I Debio er vår primære oppgave å sikre at det økologiske landbruket følger det norske regelverket, som vi deler med EU-landene. I det daglige handler dette om detaljspørsmål, å sikre at dyrene får nok plass å leve på eller at plantene får næring fra naturlige gjødselskilder. De fire prinsippene for økologisk landbruk peker utover disse detaljene. Folk trenger mat på bordet og prinsippene er et etisk svar på hvordan maten kommer dit:

Med respekt for jorda, dyra, menneskene og planeten.

Spis verden bedre!

MATVALGET



MATPRISEN

BLI MED PÅ KAMPANJEN!
LES MER PÅ [DEBIO.NO](https://debio.no)

De fire økologiske prinsippene

HELSEPRINSIPPET

Økologisk landbruk skal opprettholde og fremme helsa til jord, planter, dyr, mennesker og jordkloden som en udelelig helhet.

ØKOLOGIPRINSIPPET

Økologisk landbruk skal bygge på levende økologiske systemer og kretsløp, arbeide med dem, etterligne dem og hjelpe til å bevare dem.

RETTFERDIGHETSPRINSIPPET

Økologisk landbruk skal bygge på relasjoner som sikrer rettferdighet når det gjelder vårt felles miljø og mulighet for livsutfoldelse.

VARSAMHETSPRINSIPPET

Økologisk landbruk skal drives på en ansvarlig og varsom måte for å ta vare på miljøet og beskytte helse og velvære for nåværende og framtidige generasjoner.

PRODUKTMERKER



DEBIOS MEDLEMSORGANISASJONER



VALØR- OG PROFILERINGSMERKER



Å setje pris på maten

eit intervju med

ANJA BRULAND frå BLOMSTERHAGEN PÅ ABILDSØ
& ELSE THORENFELDT frå KORSVOLD GÅRD



Tekst: HELENE AUSTVOLL

Else: Vi snakkar mykje om berekraft i samfunnet, men det er jo ikkje berekraftig når det ikkje går rundt! Det har eg alltid ønska å formidle.

Else Thorenfeldt går rett på sak. Meir skulle vi vel egentleg ikkje måtte seie, for så enkelt er det. Det er likt for ei kvar bedrift i eit kvart samfunn: Går det ikkje rundt, er det ikkje berekraftig. Men så enkelt er det ikkje, og det kan vere mange grunnar til at ei bedrift ikkje går rundt. I landbruket dreier årsaka seg ofte

er i dag arbeidsplass for to og eit halvt årsverk. Vi dyrkar grønsaker, har vestlandsk raukoll som ammekyr, gamalnorsk spælsau, og høns av ulike rasar.

På ei lita øy, på ein nordvendt åker med nesten berre sand, dyrkar Else og familien økologiske grønsaker som seljast til nokre av dei beste restaurantane i Oslo og direkte til kunden.

Else: Vi starta utan landbruksutdanning, men med stor interesse for mat og økologi. Vi var opptekne

Vi tenner stearinlys på bordet og finn fram oldemors gamle vase. Den fyller vi med friske og fargerike blomar frå den lokale blomsterbutikken. Bordet dekkast til middag. Fint skal det vere og godt skal det smake. Vi set alle pris på eit godt måltid. Eller gjer vi det? Kvifor vil vi ofte ha billigast mogleg mat, men lar pengane sitje laust når det kjem til ting og teknologi? Svaret på det var eg på jakt etter inne i eit bitte lite drivhus, ein mild januardag på Abildsø blomsterhage i Oslo.

om manglande vilje i marknaden til å betale for det produksjonen faktisk kostar. Samfunnet har kanskje skodd seg for lenge på den utbreidde bruken av frivillig og lågløna arbeidskraft ute på jordene og i fjøset. Kva om alle gjorde som Else og Anja og hadde vanleg tilsette og realistiske prisar? Er vi klare for produsentar som står rakrygga med kalkulatoren og reknearket i den eine handa og grønsaksbuketten i den andre?

Else: Mannen min og eg flytta saman med tre små ungar frå Oslo til eit nedlagt småbruk på Hvaler i 2003. Det sto ikkje så mykje som ei trillebår der. Vi tok bruket tilbake i Landbruksregisteret igjen og starta på null. I 2007 var vi i gong med reell drift, men vi begynte smått og i fyrste omgang berre for å livnære familien. Etter kvart vart det større, og

av smak, kvalitet, estetikk og gamle sortar. Ei lita gulrot er både vakrare og meir smakfull enn den standardiserte butikkvarianten, og dette ville vi kommunisere. Etter kvart møtte vi kokkar som hadde same visjonen, og slik utvikla forretningsideen seg. Vi leverte direkte til kunden frå dag ein, både til restaurant, til privatkundar og gjennom Bondens Marked.

Else er ikkje den einaste inne i det vesle drivhuset vi sit i som er oppteken av estetikk.

Anja: Estetikken var min veg inn i planteverda. Her på Abildsø starta vi å dyrke for litt over ti år sidan, og i 2013 fekk eg med meg kollegaen min Ida Tindskog som eig og driv saman med meg. Dyrking av blomar er hjarte og sjel i det vi driv med, det er

Av og til må du vere litt
meir håpefull enn realistisk,
for viss du limar deg fast i
realismen kan det bli litt tungt.

ANJA BRULAND



det vi bygger bedrift på. For å kunne drive butikk heile året kjøper vi også inn blomar. Den anledninga nyttar vi til å dra bransjen i ein meir miljøvennleg retning.

Anja er utdanna gartner, økoagronom og har drive mykje med blomar og park. Ho jobba seks år i gartneriet på Sogn Jord- og Hagebrukskule og det lyser grønt både av fingrane og ideologien ho står for. Grøne fingrar kan ein likevel ikkje leve av aleine. Korleis får Blomsterhagen med sine tre årsverk det til å gå rundt?

Anja: Vi sel blomar heile året i åkerbutikken her, og leverer blomebinderi til selskap, bryllaup og bisetjingar. I tillegg sel vi frø, vasar og anna utstyr i ein nettbutikk. Vi held også mange ulike kurs. Vi driv jo også med ting som ikkje betaler seg, men då må vi ha eit medvit forhold til at det er ein annan grunn som ligg bak. Det er til dømes plantekulturar her som ikkje betalar seg direkte, men dei trekk til seg kundar og kursdeltakarar. Blomar som er veldig arbeidskrevjande sett opp mot kva vi tener på dei, dyrkar vi lite av. Det må vere ein grunn til det vi har i åkeren, og vi må tørre å sjå tala i auga. Samstundes må du av og til vere litt meir håpefull enn realistisk, for viss du limar deg fast i realismen kan det bli litt tungt.

På Korsvold gård har dei same innfallsvinkel.

Else: Potet til dømes, har vi kutta ut for kommersielt sal. Sjølv om vi tok ein forholdsvis høg kilopris lønnar det seg ikkje når vi gjer alt av produksjon og sortering for hand. Kvart år tek vi ei vurdering av det vi dyrkar og kva vi skal halde fram med. No har vi eit rekneskapssystem som fortel oss kva vi tener på dei ulike kulturane. Det er interessant, for det stemmer ikkje alltid overeins med det vi fyrst har tenkt.

Vi har også investert mykje i jorda i mange år. Vi jobbar med å finne metodar som gjer oss mindre sårbare mot klimaendringar og for å få varig fruktbar dyrkingsjord. Vi dyrkar konstant grøngjødsel på



FOTO Dag Thorenfeldt

ein fjerdedel av grønsaksarealet, har slutta å pløye og har eit stort mangfald. Det har gitt oss gode resultat, men det er utan tvil kostbart å ta så stor del av arealet til vekstar vi ikkje får direkte omsetjing på.

Eg lurar på korleis vi kan finne riktige prisar for det som dyrkast? Avstanden mellom matproduksjon og forbruk har lenge vore forklaringa på samfunnet si manglande kunnskap om arbeidet som ligg bak matproduksjon, og dermed mindre betalingsvilje. Ein skulle tru at REKO-ringar, Bondens Marked og andre direktalsordningar skapar nettopp den nærleiken, og dermed meir forståing og betalingsvilje. Det er visst meir komplisert enn som så, og ansvaret ligg ikkje berre hos kundane.

Else: I REKO-ringmiljøet har det blant produsentane råda anbefalingar om å legge seg litt under Meny-pris. Det forstår eg ikkje. Alt som seljast på Meny kjem frå storskala landbruk. Det folk driv med i marknadshagesegmentet er handarbeid. Det kan aldri bli noko anna enn arbeidskrevjande, uansett kor dyktig du er. Det gir meir skånsamme, miljøvennlege og smakfulle produkt. Det må også verdsetjast i prisen. Då REKO-ringane kom for fullt kunne det vore ein ypparleg anledning til å setje ein prisstandard for småskala grønsaker, og

samstundes kunne kommunisere arbeidet som ligg bak det ferdige produktet.

Temperaturen stig inne i drivhuset, og det er ikkje berre omnen som har begynt å virke. Else blir engasjert når det er snakk om matprisar.

Else: Det er tungt når det kjem veldig mange aktørar, som gjer meir eller mindre det same som oss, som i utgangspunktet ikkje tenkjer økonomi, men seljer grønsaker fordi dei syns det er gøy. At ein ikkje tenkjer økonomi i vår bransje er skadeleg for alle. Det er supert at mange starter opp, og enno meir supert viss fleire overlever på sikt. Korleis kan vi rekruttere nye bønder viss vi ikkje kan leve av å produsere mat?

Anja: Eg trur ikkje kundane er problemet. Det handlar mykje om formidling. Då vi opna åkerbutikken var det ei gruppe kundar som var veldig prisbevisste. Vi vart litt engstelige då, men så måtte vi ta oss i nakken og seie at dette er ikkje dei vi satsar på – dei får berre syns det er dyrt. Det har viste seg å stemme. Du må bestemme deg for kva produktet ditt er verdt og ha eit aktivt forhold til det.

Else: Då eg begynte på Bondens Marked var det mange som kom og sa at det var dyrt. Eg måtte stå



Klarer du då å presentere at du har eit godt produkt og korleis du får fram dette produktet kan du ikkje vere flau for å ta deg betalt.

ELSE THORENFELDT

oppreist å fortelje at det var handarbeid og kva arbeid som låg bak alle grønsakene. No er det nesten ingen som klagar på prisen, og dei som gjer det er ikkje den kunden vi satsar på. Vi kan ikkje tilfredsstille alle og redde heile verda med våre lokalproduserte grønsaker. Det er nokon som vil ha dei og dei er ikkje så opptekne av lågast mogleg prisar. Når du høyrer mange nok gonger at det er dyrt er det vanskelig å stå rak, men så må du til slutt spørje kor dyrt er eigentleg dette?

Else får ofte telefonar frå andre produsentar som vil diskutere prising av grønsaker. Det kan tyde på at ho ikkje er aleine om å vere oppteken av dette, og at vi treng meir openheit knytt til prising av mat.

Anja: Du får alltid meir av det same. Viss du seljer noko billig får du kundar som vil ha billig. Tør du å ha god pris kjem kundane som kan og vil betale for det.

Eg trur det er ei utfordring for produsentar innan økolandbruket, som er slike som eg, med lågt personleg forbruk, ikkje veldig interessert i pengar, og det overfører vi på kunden. Då seier eg: Ikkje innbill deg at du kan vurdere prisane ut i frå din private økonomi, det kan vi ikkje! Nokon av kundane tener ein million i året, og vi skal i alle fall ikkje sponse dei.

Godt sal handlar ikkje berre om riktige prisar. I Blomsterhagen har dei brukt mykje tid på å gjennomskode kva kundane tenkjer, og kome fram til at det ofte handlar om å gje dei fleire val. Då dei oppretta moglegheit for å kjøpe bukett på nett hadde dei to typar, liten og stor, og alle bestilte liten. Då dei oppretta ein tredje kategori kor medium kosta det same som stor før, bestilte alle medium.

Anja: Ein må nøste i korleis forbrukaroppførselen er og korleis du får pengar ut av folk. Det høyrast usympatisk ut, men det er rett og slett berre over-

leving. Det er ikkje umoralsk å tene pengar, og vi er ikkje i nærleiken av eit nivå kor vi grafsar til oss.

Else: Når eg har prøvd å ta opp temaet pris i ulike landbruksfora blir det ofte veldig stille. Vi som driv med landbruk er så redd for å oppfattast som grådige. Ofte er det ikkje kundane som er problemet når det kjem til pris, det er medprodusentane. Eg meiner det at det skal jo vere bra for kunden og bra for produsenten at ein møtast, seljer og kjøper eit produkt – det skal ikkje berre vere bra for den eine sida.

Bak gode prisar ligg altså gjennomtenkte budsjett, rekneskapsprogram som fortel deg kva du tener pengar på, det å tørre å sjå pengane i auga og tenkje gjennom korleis kundane dine handlar og tek val. Det i tillegg til god marknadsføring av produkta, presentasjon av personlegdom og historia om produsentane, ja merkevarebygging. Råda er mange for korleis ein kan drive bedriftsutvikling. Kva om folk syns det er for dyrt og du mister kundar? Eller naboen har mykje lågare prisar enn deg? Korleis held ein ryggen rak?

Else: Vi kompromissar aldri på kvaliteten og veit vi har eit godt produkt i botn. Klarer du då å presentere at du har eit godt produkt og korleis du får fram dette produktet, kan du ikkje vere flau for å ta deg betalt. Det er det same som å seie at du ikkje har eit bra produkt. Når du priser deg for lågt, fortel du kunden at det er ikkje eigentleg så bra, og at du er veldig glad berre nokon vil ha det. Har du eit bra produkt kjem folk tilbake og vil ha det igjen. Vi må tørre å tenkje timepris.

Anja: Vi er nok veldig heldige med vår kundekrets, og det er nok ein hogare betalingsvilje på blomar enn på grønsaker. Det er viktig for oss at butikken er levedyktig og at vi har ein god forretningsmodell i botn. Det er ikkje så gøy at ein har lyst til å stå her å grave for å gi blomar til folk som tener godt. Då hadde eg gjort det i liten skala heime i hagen min. Dette er ein jobb.

Økologisk økonomi er eit omgrep som fleire og fleire tek til orde for. I den rådande økonomiske tenkinga er økonomisk vekst grunnføresetnad, med djupe konsekvensar for natur og miljø. Økologisk økonomi tilfører naturen eigenverd, og taler for ein kretslaupsøkonomi som tar omsyn til natur og miljø. Kva er økologisk økonomi for dykk som planteprodusentar?

Else: Landbruket er ikkje skapt for evig vekst. Det er ikkje mogleg. Du kan ikkje utnytte jorda til å yte meir og meir, til slutt er det stopp. Sann tenkjer vi også i vår drift og vårt hushald. Vi ønskjer å ha det godt, og ha nok til å betale rekningar, mat og klede til barna, og at det heile går rundt, men ikkje vekst for veksten sin del. Dette er ein del av berekrafts-omgrepet for oss.

Anja: For meg er eit anstendig næringsliv eit mål. Det er viktig at folk som ikkje har pengar som viktigaste motivasjon går inn i næringslivet. Sjølv finn eg ikkje stor motivasjon i eigen lønsslipp anna enn at eg vil ha det greitt, og forstår ikkje at høge lønningar er eit kvalitetsstempel på ein jobb eit menneske skal gjere. I det økologiske landbruket finst det mange bedrifter som er basert på lågløna eller nesten gratis arbeidskraft, og det snakkas veldig lite om. Den økonomiske modellen til landbruket må inkludere korleis ein behandlar dei tilsette – kontraktar, sjukepengar og forsikringar. Som ideolog blir vi ofte så opptekne av det gode mål at vi hopper bukk over andre viktige ting. Vi kan ikkje rekne med at dei tilsette skal knekke ryggen for vårt eige ideologiske prosjekt.

Else: Det var eit val vi gjorde då vi trengte hjelp, skulle vi satse på frivillig arbeid eller tilsett? Vi bygga ein plass å bu for tilsette, og lønar gjennom avlørsarlaget. Alt skal vere ryddig og riktig. Det er viktig at dei tilsette har det bra, så får heller vi ta støytten med å ikkje få løn når det knip. Vi har no ein person vi kan stole hundre prosent på, som veit korleis vi tenkjer, som kan planlegge ting saman med og er ein del av teamet. Det er ingenting i ve-

Å skape ein arena kor eg kan jobbe med å auke respekten for naturen, skape gode møter mellom folk og natur utan å gi folk dårleg samvit.

ANJA BRULAND

gen med å ha frivillige i arbeid, men det kan ikkje vere berebjelken. Vi må halde korta riktig i forhold til det øvrige samfunn.

Dagane er lange for bønder, særskilt i høgsongen. Eg ser føre meg mange produsentar som kan synest det er tungt å setje seg ned etter ein heil dag ute på jordet for å føre rekneskap, skrive kontraktar, følgje opp til tilsette, sjuke-melding og meir.

Anja: Det er ikkje moro, men det er overleving. Mange kastar seg jo inn i bransjen fordi det er så spennande med dyrkinga, men viss ein ignorerer økonomien og prioriterer det lågt, skal det godt gjerast å overleve.

For vår del har det vore viktig for å kunne skape ein plattform til å formidle noko vi trur på. Det handlar mykje om mennesket si plassering i naturen, korleis vi oppfører oss og kva respekt vi har. Det er ein stor og viktig del av kvifor vi går på jobben. For å få til det må bedrifta vere solid. Økonomien er berre eit reiskap, det er som veggane i huset.

Er det noko som gjer de stolt å tenkje på?

Anja: Eg er stolt av at vi framleis er her og at det går betre og betre. Det kunne jo gått dukken kvart einaste år. Det er ikkje lett å vere gründer generelt, å vere landbruksgründer er ikkje lettare. Eg er også veldig stolt av åkeren vår, som ligg her midt i byen – vi har bygd eit rom kor folk får omgåast kultivert



FOTO Nind Ruud

natur, skapningar, insekt, jord og plantar. At folk kosar seg med det, er gripande.

Else: På øya vår har vi utfordrande dyrkingsforhold, men mot alle odds har vi fått til å nytte oss av dei lokale ressursane hundre prosent. Dyra våre beiter på øyene i nasjonalparken, komposten er full av meitemark og fuglekassar overalt. Vi er sjølvforsynt med gjødsel og eg er veldig stolt av det kretslaupet og økosystemet vi har bygt opp. Vi har bygga ei merkevare som folk kjenner og kundane våre er stabile – ja, dei er heilt rå!

I Blomsterhagen yrer det ikkje berre av blomar i vekstsesongen, men der finn du både sniglar og lus og andre småkryp. Her drepast ingen-ting. Dei har til og med ein eigen plante med mørkeblå blomar som ingen andre enn lusa er interessert i. Slik får fuglane og vepsen ete lus og Anja får ein arena kor ho kan observere alt

dette. Som ei slags frisone i møtet mellom natur og kultur. Biologisk mangfald gir ikkje grobotn for berre glede og fascinasjon, men gjer ein produksjon mindre sårbar. På Korsvold har dei minimalt problem med skadedyr, og under tørka i fjor kunne dei lene seg på dei grønsakene som tålte tørka best.

Anja: Eg har alltid vore ekstremt glad i dyr, og så har eg etter kvart blitt ekstremt glad i jordorganismar, alt som kravlar og kryp. Eg er opprørt over min eigen rase, mennesket, korleis vi oppfører oss overfor andre skapningar som også er her med all si rett. Undervegs har eg lært at å jobbe mot noko er dren-erande, men å jobbe for noko gjer at dagane mine går rundt. Å skape ein arena kor eg kan jobbe med å auke respekten for naturen, skape gode møter mellom folk og natur utan å gi folk dårleg samvit.

Else: Eit positivt budskap ligg til grunn hos oss også. Det skal smake godt og sjå bra ut. Økologien er ei sjølvfølgje. Gjennom gode opplevingar foran- drar du verda.

Kven veit vel betre kva maten bør koste enn dei som står med greipet i jorda den eine dagen og den neste skal betale for nye fotballsko til un- gane eller reparasjon av traktoren? På Korsvold gård og Blomsterhagen på Abildsø tør dei å sjå kiloprisen og eiga timebruk i auga, og tenkjer gjennom kva inntekt dei må ha for å overleve. Det er ikkje alle produsentar som har Miche- lin-restaurantar på kundelista, og føler dei kan vere kritiske til kundegruppa. Ingen produsen- tar er like – nokon driv stort og maskindrive, mens andre har ein meir arbeidsintensiv produksjon. Prisen på landbruksvarer verken kan eller skal vere lik over heile linja. Rettferdig prising handlar om å vere opne produsentar og kundar i mellom om produksjon og pris, og kunne setje prisar som i størst mogleg grad speglar sin produksjon. Eit landbruk som tek vare på natur og miljø kan berre overleve i not- id og framtid om ein og tek vare på menneska.

ET STED I NORGE

Dun Gård, Jøa



Arbeidet adler andelsbonden



Pluss og minus er begreper alle bønder må forholde seg til, og selv økologiske gårder er bedrifter som er avhengige av avkastning for å overleve. Samtidig, når man ser på økonomien fra et mer økologisk perspektiv, kan man få øye på det som kalles en tredelt bunnlinje, som i tillegg til økonomisk profitt også inkluderer planeten (økologisk kvalitet) og folk (sosial rettferdighet) som deler av bedriftens ansvar.

På øya Jøa utenfor Namsos finner vi Dun Gård hvor driften til Debio-revisor Ola Kai Faksdal og Sissel Thorsen kan være til inspirasjon for nettopp den tredelte bunnlinjen. Ola Kai tok over etter foreldrene på midten av 1980-tallet, siden da har gården gått gjennom flere endringer: Fra konvensjonell storfeproduksjon til økologisk drift og større grad av planteproduksjon, og i dag til å blant annet å drive et andelslandbruk som Sissel og Ola Kai sammen med Namsos Røde Kors fikk Trøndelag fylkeskommunes inkluderingspris for i 2019. Daglig leder i Debio, Ole Petter Bernhus, tok turen til den snødekte øya for å høre mer om driften og tankene bak.



Historien slutter med at dere vinner en pris, men hvordan begynner den?

Sissel: Selv om det er fint å bo på landet, liker jeg å ha folk rundt meg. Når det er vanskelig for oss som må passe dyra og gården å oppsøke andre miljøer, må vi prøve å få folk til å komme hit. Det sosiale var den største motivasjonen vår for å starte et andelslandbruk.

Gården hadde gått gjennom flere forvandlinger tidligere, fra rent dyrehold via kornproduksjon til både dyr og planter, og fra konvensjonelt til økologisk. I 2015 ville Ola Kai og Sissel prøve seg på andelslandbruk. Sissel tok gartnerutdanning som forberedelse og selv om Ola Kai hadde landbruksutdanning fra før, er det gjennom å arbeide med andelslandbruket at de virkelig har lært.

Sissel: Vi startet opp med 45 familier som andelshavere, etter mye markedsføring på nettet og mange samtaler med folk. Selv om det var arbeid-

skrevende, kom vi etter det første året fram til at dette ikke bare var veldig hyggelig, men at åkeren også er en perfekt arena for inkludering, for det å være i lag om noe, å jobbe sammen.

Sissel inviterte derfor Røde Kors med på et prosjekt for å få mennesker fra asylmottaket i Namsos med ut i åkeren. Sammen med Røde Kors fikk prosjektet støtte fra IMDi til blant annet å frakte asylsøkerne med buss. Denne ordningen varte i to år til mottaket ble lagt ned.

Sissel: Vi bestemte oss da for å søke Gjensidigestiftelsen om støtte for å få med bosatte flyktninger, men med en ny vri på opplegget: I stedet for bussreiser, fikk vi de som allerede var andelsbønder til å ta med en familie med bosatte flyktninger hver når de kjørte hit, mot en gratis andel fra oss. Denne løsningen fungerte godt og i to år har vi hatt førti familier med bosatte flyktninger, folk med innvandrerbakgrunn eller folk som av andre grunner



FOTO Åsmund Seip – Heia Folk

trenger å bli med i et godt miljø i åkrene sammen med de andre andelshaverne.

Resultatet er i dag at de er blant Trøndelags største andelsgårdsbruk. Dun Andelslandbruk hadde i 2019 hundre andelsbønder, hvor førti er vennefamilier eller guider, førti er flyktninger eller nylig bosatte, og tjue andre deltar utenom prosjektet. Arbeidet med andelsgårdsbruket førte til Trøndelag fylkeskommunes inkluderingspris. Da prisen ble delt ut på fylkestinget sa fylkesordføreren i begrunnelsen at «prosjektet har på fremragende vis bygd et arbeidsfellesskap i hverdagen, et fellesskap som har gitt vennskap og kunnskap, for mange – om mye.» Kan dere si noe om hvordan det er å få den typen anerkjennelse for det dere gjør?

Sissel: Det var veldig artig å få prisen! Overraskende, men samtidig veldig fint at de har sett det vi har holdt på med. Vi har mange samarbeidspartnere, så vi stilte mannsterke opp på utdelingen. Røde Kors

lokal og lederen i Røde Kors Trøndelag var med, vi to fra gården og to av ungdommene fra Syria som var blant andelshaverne. Det er også flott fordi den måten vi driver gård på er litt utenom det vanlige. Det er jo liksom normalt å drive konvensjonelt.

Det er fint å bruke ordet «inkludering», det å bli inkludert.

Sissel: Du kan jo ikke inkludere deg selv! Vi må inkludere hverandre. Hvis du nylig har flyttet til Namsos, har du kanskje ingen å hilse på, selv om byen er liten. Men når du har jobbet sammen med noen i åkeren – i fjor var det hundre andelshavere her – har du plutselig hundre personer å hilse på i en liten by som Namsos, du treffer hele tiden noen på gata eller på butikken som du har sett før.

For mange er det å jobbe i åkeren noe nytt, for andre er det godt kjent.

Sissel: Vi har de som aldri har jobbet med jorda, som opplever mestring når de begynner å lære ting.

En småskalabonde
fra Afghanistan
kan ha veldig mye
å lære oss.

SISSEL THORSEN



Men det beste er den fantastiske mestringsfølelsen når folk som ikke har fått kommet i aktivitet i Norge får vist noe av det de kan: Det er mennesker som kommer fra landsbygda, som plutselig får verktøy mellom henda de er vant til å bruke. De er råflinke! Det har vært helt rørende å se på. Andre er veldig lavt utdannet, eller til og med analfabeter, og vil aldri få en yrkeskarriere i Norge gjennom teoretisk utdanning. En småskalabonde fra Afghanistan kan ha veldig mye å lære oss. Og så har vi byfolk, både fra Norge og andre steder, som aldri har tatt opp ei gulrot fra jorda. Men det er ikke nasjonaliteten som avgjør hva du kan.

Ikke bare er arbeid en kilde til stolthet, mange lærer seg norsk raskere.

Ola Kai og Sissel forteller at livlige diskusjoner mellom andelshaverne om planting og matlaging skaper god stemning.

Ola Kai: Når dugnadene begynner, går fire-fem stykker på kjøkkenet, mens resten går ut på åkeren. Midt på dagen samles vi til et helt fantastisk måltid, noen ganger med både tre- og fireretters middager fra alle verdenshjørner.

Sissel: Diskusjonene ute på jorden har vært morsomme og opplysende for alle. Et år var det noen herfra som var veldig dyktige, som har hatt åker selv. De skulle tynne ut nepene og kaste restene. Da protesterte en av de fra Afghanistan, og mente at de burde plantes om. Det endte med at vi satte av et lite område for å teste det ut – og det ble neper av dem! I en rasjonell produksjon hadde man kanskje ikke gjort slik, men det gjør det mer artig for alle å kunne eksperimentere litt.

Ola Kai: Vi har jo også lært at enkelte bruker tunbalderbrå, altså ugress, som te!

Ola Kai og Sissel vender flere ganger tilbake til verdien av å jobbe praktisk på gård.

Sissel: Det er noe helt grunnleggende, menneskelig og gjenkjennbart med gårdsarbeid. Jeg kunne tenkt meg en form for kompetansebygging eller vei inn i arbeidslivet som går gjennom norske gårder, f.eks. et system hvor folk kan være på praksisplass på ulike gårder. Så kan de få en attest på det de har lært. Vi kunne signert en attest på at «nå har vedkommende lært det som skal til for å være med på







planteproduksjon fra planting til høsting». Deretter kunne man få en tilsvarende attest for melkeproduksjon fra en annen gård. Gjennom det kunne man utviklet en godt kvalifisert gruppe med folk som kunne vært avløsere og jobbet i landbruket – det er det jo mangel på! Her hos oss var den ene landbruksvikaren også varaordfører. Da ordføreren ble syk, forsvant jo landbruksvikaren. Det er veldig sårbart! Vi har for få folk som kan jobbe i landbruket. Det er ikke vanskelig å utvikle kompetanse om man setter det i system og tenker litt stort.

Hender og arbeidsinnsats er viktig.

Hvis du, Ola Kai, er landbruksminister og du, Sissel, er inkluderingsminister, er det flere tiltak som kunne vært aktuelt å sette inn?

Ola Kai: Med ett andelslandbruk i hver eneste bygd, hadde folk lært mer om bærekraft. Og det ville i seg selv også vært mer bærekraftig. Vi får jo utnyttet grønnsakene så mye bedre! Vi kaster ikke gulrøttene fordi de er skjeve eller for lange eller for korte. Vi bruker alt. Arbeidsinnsatsen påvirker også matsvinnet: Du kvier deg for å kaste noe du har lagt ned så mye arbeid i. Ikke trenger vi emballasje heller. Vi hadde besøk av ei fra NMBU som jobbet med en mastergradsoppgave om andelslandbruk. Hun

fortalte at måten vi gjør det på her, berørte nesten alle 17 bærekraftsmålene til FN!

Sissel: Andelslandbruket har også et menneskelig aspekt: Mange unger får ikke brukt sansene og kroppen sin skikkelig. Her får de holde på og prøve ut, bruke kroppen og hendene. Være ute og kjenne at man blir kald og sliten, men det er ikke mat riktig enda, og når du til slutt kommer inn, er det godt og varmt, og det er god mat, og du får den gode følelsen av å ha gjort noe nyttig. Jeg er dessuten sikker på at mange får spist ting de aldri har smakt før. Det er mye artigere å spise en lilla blomkål du har plukket fra åkeren selv enn om du får den i en pose. I fjor hadde vi litt lite lilla blomkål; ungene som fikk dem med seg hjem, var derfor ordentlig ivrige på blomkålssuppe.

Det høres ut som om ideen bak andelslandbruket handler om noe annet enn penger?

Sissel: Vi kan ikke regne på timelønnen vår, da hadde vi nok lagt opp. Samtidig gjør dette noe med inntektsgrunnlaget til gården. Vi har tross alt fått et volum som gjør at det etter hvert har begynt å bære seg. Samtidig er det få i Namdalen som ikke vet om gården, med all den oppmerksomheten vi har fått.

Vi er heldigvis ferdige
med å lete etter gulrøttene
blant ugresset.

OLA KAI FAKSDAL



Hvis vi har lyst til å fortsette med markedssalg, har vi lagt et godt grunnlag for omdømmet gjennom andelslandbruket.

Hva skal til for å lykkes?

Ola Kai: Direkte kontakt med folk og mye aktivitet på sosiale medier. Samtidig hjelper det å ha en organisasjon som Røde Kors med – gode støttespillere er viktig.

Sissel: For å lykkes, må du ha en stolthet i det du gjør. Du må kunne si at «dette produktet er jeg stolt av». Det ville vært vanskeligere om vi kun hadde økonomi som mål. Hadde vi fulgt «mest mulig på kortest mulig tid»-prinsippet, hadde vi pakket og sendt alt til en distributør, men kanskje ikke kjent på samme stoltheten.

Sissel smiler. Hun kommenterer at man bør kanskje satse på det som det er realisme i.

Sissel: Vi har jo selv prøvd siden 2015 å få fram sellerirot. Det lykkes aldri, men jeg gir meg ikke – hvert år et nytt forsøk! Jeg er som min mor som elsket hage. Jeg tenker på alle de tonnene med stein hun har båret – og jo vanskeligere det var å få til ting, jo artigere var det. De stedegne staudene, de som bare vokste der, de var ikke så interessant. Men om det var noen sjeldent fra en vekstsone som ikke var i nærheten så var det spennende. Jeg er litt sann selv også.

Har dere et råd til noen som vil begynne med grønnsaker?

Ola Kai: Kompetanse er det som er viktigst. Kompetanse og gode fagfolk man kan få hjelp av. Vi har hatt stor glede av rådgiveren fra Norsk Landbruksrådgivning. En av de første gangene rådgiveren var her, sa han at vi må ha nulltoleranse for ugress. Ugress er skillsmissegrunn! Vi er heldigvis ferdige med å lete etter gulrøttene blant ugresset.

Ola Kai og Sissel ler. Samtalen glir over til nye ideer og nye muligheter for gården. Kan de begynne med overnatting og servere egenpro-

dusert mat, eller på annet vis skape en arena for nye opplevelser? Hvordan kan de involvere flere? Driften på gården er meningsfull for dem. Kanskje er det når folk jobber sammen, at man virkelig ser hvilken ressurs folk kan være. At andelslandbruket på Jøa har hatt ringvirkninger er det ingen tvil om. Hundre familier spiser lokale, økologiske grønnsaker som de har dyrket og pleid selv. Ungene som har fått deltatt i grønnsaksproduksjonen kan navnene på alle grønnsakene og spiser dem med liv og lyst. Kanskje viser dette mest av alt at vi alle egentlig er bønder.

Andelslandbruk

er et samarbeid mellom bønder og forbrukere der ansvaret og avlingene deles. Omsetningsformen etterstreber bærekraft i alle ledd; både for jorda, planter, dyr, bonden og forbrukere. Andelslandbruk går ut på at forbrukere forhåndsbetaler en andel av gårdens produksjon, som oftest for ett år av gangen. Forbrukerne er dermed med på å dele årsvariasjonene i avlingene.

ANDELSLANDBRUK ER BASERT

PÅ FEM PRINSIPPER:

1. Dialog om landbruksdriften
2. Gjennomsløkt økonomi
3. Delt avdeling, delt risiko
4. Involvering av andelshaverne
5. Bærekraftig landbruksdrift

Kilde: www.andelslandbruk.no



Ingen kunder legger flere økologiske varer i kurven sin enn Coop-kunden. Coop har bidratt til økt satsning på økologi i Norge i 30 år, og det skal vi fortsette med. Coop er helt avhengige av landbruket, lokalt så vel som globalt. Klimaendringer og befolkningsvekst setter betydelig press på naturressursene. I Coop ønsker vi å være «føre var», i tråd med varsomhetsprinsippet. Ikke bare for å kunne levere sunn, god og miljøvennlig mat i dag – men også i morgen.

Knut Lutnæs,
MILJØSJEF I COOP NORGE

Spis verden bedre!

MATVALGET



MATPRISEN

BLI MED PÅ KAMPANJEN! LES MER PÅ DEBIO.NO



Norges Bondelag vil særlig vektlegge økologiprinsippet. Det peker på at økologisk landbruk skal bygge på levende økologiske systemer og kretsløp, arbeide med dem, etterligne dem og hjelpe til med å bevare dem.

Vi har et stort ansvar for å forvalte – ikke forbruke – naturressursene. Bønder er avhengig av at naturen er i balanse og lever av det naturen kan gi på lang sikt. Derfor må bonden hele tiden tenke på å utvikle produksjonen på en langsiktig måte i tråd med naturens tålegrenser. Her har det økologiske landbruket en helhetlig tenking som viser vei og som utvikler nyttig kunnskap for alle som forvalter jord, skog og dyr.

God jord- og plantehelse er noe norske bønder er opptatt av, uansett produksjonsmåte. Derfor er det kanskje nettopp arbeidet med jorda som kan føre til gode synergier mellom de ulike produsentmiljøene.

Sigrid Hjørnegård,
GENERALSEKRETÆR I BONDELAGET

Spis verden bedre!

MATVALGET



MATPRISEN

BLI MED PÅ KAMPANJEN! LES MER PÅ DEBIO.NO

MATPRISEN 2020

Måten vi produserer maten vår på, og det vi spiser, kan være nøkkelen til å møte klimautfordringene i vår tid. Vår matproduksjon må endres for å minske ressursbruken, og for å ta vare på det viktige jordlivet og sikre lokale kretsløp. Dette er ikke mindre aktuelt i dag!

Støtt bonden!

Støtt kokken!

**Støtt alle de som skaper
bærekraftige måltider!**

Spis verden bedre!

MATVALGET



MATPRISEN

MATPRISEN 2020

Vi sees på Matprisen 2020
2. november på Vippra
(håper vi!)



VINNER AV MATPRISEN 2019, HEINRICH OG BARBARA JUNG. FOTO: JOACHIM SOLLERMAN

TAKK TIL SPONSORENE 2019



REMA 1000



GRUNDIG



NØRES



VIPPA



EHS

TAKK TIL JURYEN 2019

Juryen er en bredt sammensatt gruppe med ulike kompetanser og tyngde innen matpaletten i Norge.
Alle i juryen har fokus på bærekraftig matproduksjon.

Andreas Viestad, forfatter, journalist og matskribent
Elise Matilde Malik, daglig leder i Stiftelsen Kore
Else Thorenfeldt, bonde på Korsvoll gård
Hanne Frosta, verksmester på Ulvsnesøy
Idun Bjerkvik Leinaas, leder i DebiolInfo

Ingrid Kleiva Møller, fagrådgiver i Framtiden i våre hender
Liv Solemdal, rådgiver hos NORSØK
Morten Karlsen, direktør innkjøp og verving, NHO Reiseliv
Thomas Horne, forfatter og foredragsholder



Store kjøkken kan skape store endringer. Mange munnar og hoder kan fylles av gode smaker og verdier. Møtemat, lunsj, bursdagsbolle, morgenkaffe – alle disse måltidene som kommer og går, ikke tenker vi på at de kan endre verden! Årets vinner er en som velger råvarer som er kortreiste og økologiske, som lager maten fra bunnen av. De har servert sultne barn og voksne bærekraftige måltid i et kvartsekel. Årets vinner har vist at de sitter på en vinneroppskrift.

*Juryens begrunnelse da Godt Brød vant
Årets storkjøkken under Matprisen 2019.*

Jeg møter bakesjef Stein Arve Bernes og markedssjef Kristin Larsen i bakeverkstedet på Grünerløkka i Oslo for blant annet å få svar på hvilke ingredienser denne vinneroppskriften inneholder.

Jeg må ned i papirarkivene til Debio på Bjørkelangen for å finne frem til Godt Brød sin første godkjenning og det sier jo litt om hvilken pionervirksomhet de er. De har holdt på sitt opprinnelige kortreiste og økologiske bakekonsept i 25 år og virkelig vist at de har livets rett! Dette var noe av det juryen trakk fram da Godt Brød vant prisen for Årets storkjøkken under Matprisen 2019. Godt Brød har aldri vært storindustri. De holder fast ved håndverket og har likevel klart å vokse seg store nok til å nå kriteriene for Årets storkjøkken. For Matprisen er det viktig å favne hele næringskjeden og i 2019 tok vi noen grep for å inkludere HoReCa i større grad. Det resulterte blant annet i denne nye kategorien hvor Godt Brød gikk av med seieren.

Godt Brød

vinner av
Årets storkjøkken
2019

TEKST Kaja von Kwetzensky-Stetzenkow
FOTO Marte Garmann / Godt Brød

STEIN ARVE: Vi har holdt på med økologi i mange år og har truffet mange med budskapet vårt. Jeg synes vi gjør ting bra og fortjente en nominering. Det var utrolig kjekt å få prisen!

Godt Brød ble startet opp i Bergen i 1995 av bergenserne Øystein Løvlie og Richard Müller. Richard er i dag daglig leder.

STEIN ARVE: Øystein var baker og hadde en idé om å bringe bakerivirksomheten fram til folket gjennom åpne bakeverksteder. Richard sto for det forretningsmessige og har vært en veldig viktig brikke for at Godt Brød har kommet dit vi er i dag.

Det første bakeverkstedet var Godt Brød på Korskirkeallmenningen i Bergen. De 60 kvadratmeterne rommet kontor, lager, bakeri, bakebenk, en salgsdisk og noen stoler. Folk sto i kø for å kjøpe bakervarer hos oss! På den tiden gikk det nok ellers i tørt kneippbrød, så vi opplevde stor interesse for at håndverket ble synlig i bybildet og at vi bakte på stedet. Og dette er noe av idéen med at vi kaller bakeriene og kaféene våre for *bakeverksteder*.

På nettsiden sin forklarer de hva konseptet bakeverksted innebærer: «Fordi vi bedriver ekte håndverk heter bakeriene våre bakeverksted. Hvert bakeverksted er mer eller mindre selvforstynt og baker for det meste alt selv».

STEIN ARVE: Et bakeverksted skal være et sted hvor våre gjester kommer inn og får ta del i opplevelsen med alle sanser. Og til glede og ergrelse er det ganske åpent hos oss. Det er et viktig prinsipp for oss og vi har jo ingenting å skjule, men det kan kanskje føles voldsomt ut for bakerne våre.

På denne måten oppnår Godt Brød stor åpenhet og transparens i produksjonen. Kvaliteten på håndverket går hånd i hånd med kvaliteten på råvarene. Økologi og bærekraft har vært en naturlig del av driften til Godt Brød fra starten.

KRISTIN: Både Øystein og Richard har gått på Steinerskolen og økologi har alltid ligget nært hjertene deres. Så det var en selvfølgelig del av gründeridéen at Godt Brød skulle drive økologisk.

STEIN ARVE: Vi har faktisk fortsatt mange av de samme produktene som var med i godkjenningen fra 1995.

KRISTIN: Mens vi stort sett driver med det samme



som vi gjorde da vi startet opp, har tidene forandret seg med tanke på hvordan folk forholder seg til økologi.

STEIN ARVE: I oppstarten var økologi noe som var superkult for de som brydde seg, men de var få og kanskje litt sære. Nå er det blitt mer allemannseie og betyr mer. Jeg kan vel nesten si at det har gått fra å bli skjelt ut til å bli hyllet.

KRISTIN: Økologi er så selvfølgelig for oss at det nesten blir unaturlig å rope det ut. Rema 1000 og Coop har utviklet og markedsført sine økologiske serier Kolonihagen og Änglamark mye. Det er fint for oss at noen av de med litt større markedsbudsjett også fronter økologi. Vi heier på alle som tar på seg jobben med å fronte økologi til folket.

STEIN ARVE: Økologi stikker dypt i organisasjonen og betyr mye på mange plan. Vi er opptatte av å tenke helhet og kretsløp, men det aller viktigste er smaken og kvaliteten på produktene våre. For meg er økologi knyttet opp til ekte mat, at det

skal smake ekte. Jeg håper og tror at det er den ekte smaken som gjør at folk kommer til oss gang etter gang.

Økologisk bærekraft handler om mer enn økologiske produkter. Det favner hele kretsløp og er tuftet på helhetstankegang.

KRISTIN: Vi prøver i størst mulig grad å unngå matsvinn. Det viktigste vi kan gjøre i den sammenheng er å bake riktig mengde, og ved hjelp av ny teknologi for prognoser har denne jobben blitt enklere og mer presis. Disse prognosene tar hensyn til alt fra værmeldingen til hvilken ukedag det er og hvordan salget har vært historisk sett denne perioden på året. Den tar også hensyn til om det kommer mange cruisebåter inn i Bergen og Stavanger. Da selges det mye boller.

I tillegg har vi avtaler med gode samarbeidspartnere som kan overta overskuddsvarer, som *Too Good To Go*, *Kirkens Bymisjon* eller *Fattighuset*. Noe restemat blir også hentet av en bonde





som bruker det til dyrefôr, men det er jo i realiteten matsvinn fordi det er mat som er beregnet på mennesker.

STEIN ARVE: Vi gjør alt vi kan for å unngå å kaste mat, men vi har dessverre ingen kommersiell superløsning på det.

KRISTIN: En utfordring fremover er å lære opp forbrukeren til at du ikke alltid kan forvente å komme til fulle diskert ti minutter før stengetid. Det er ikke bærekraftig å ha bugnende hyller med boller og brød hele tiden. For oss er utfordringen hvordan vi kan gjøre dette og samtidig tenke på kundens beste. Da har vi bakekompisene våre! Bakekompis er kundeklubben til Godt Brød som innebærer at de blant annet kan bruke en app til å bestille favorittene sine og hente dem når det passer. Så slipper de en bomtur og vi har det pakket og klart når de kommer.

I tillegg til tankene om åpenhet, håndverk, økologi og bærekraft, er en viktig del av gründerideen bak Godt Brød fokuset på å inkludere de ansatte, å ha åpenhet også ovenfor dem.

STEIN ARVE: Fra start har det vært viktig at alle stort sett er involvert i det meste, uansett om man er baker eller jobber i utsalget. Sånn at man får et helhetsbilde av alt fra hvordan det går med bedriften til hvorfor vi driver økologisk.

KRISTIN: For eksempel må alle som jobber hos oss være med å bake på natta. På den måten blir de kjent med hele prosessen og får enda større forståelse av kvaliteten i produktene vi selger.

I tillegg ønsker vi at de ansatte skal være med å eie og det er mange av oss som har aksjer i selskapet. Jeg tror denne inkluderingen av ansatte også er mye av grunnen til at det er mange som ønsker å jobbe hos oss. Vi er kjent for at vi er en god arbeidsplass og har gjerne 200–300 søkere når vi lyser ut stillingen.

I løpet av de 25 årene Godt Brød har holdt på har de utvidet til nå å ha 22 bakeverksteder fordelt på Bergen, Stavanger, Oslo og Trondheim. Veksten har gått jevnt og trutt og er i tråd med Godt Brøds fokus på tålmodighet i utviklingen.

KRISTIN: Richard har en evne til å ha veldig mange tanker i hodet på en gang og han har vært viktig for veksten vår. Det er viktig for oss at vi vokser på den rette måten og vi har en visjon om å åpne 2–3 nye steder i året. Det er selvfølgelig lettere å gå fra bakeverksted nummer 21 til 22 enn fra 1 til 2, men vi jobber fortsatt hardt, vi har ingen rike onkler som investerer i Godt Brød.

En bærekraftig økonomi er viktig. For selv om vi kunne tenke oss å si at alt bare er boller, juice og kos så har vi jo ansvar for våre 350 ansatte.

Med stort fokus på tålmodighet og gradvis utvikling er også balansen mellom fornyelse og tradisjon viktig.



KRISTIN: Vi i markedsavdelingen kan noen ganger ha lyst til at vi fornyer oss litt mer, men ser også verdien i at vi holder på den opprinnelige ideen: Vi er bakeverksteder som selger brød og boller over disk. Og så har vi noen prosjekter i tillegg, som med Balholm.

Vi lagde en avtale med Balholm om å kjøpe frukt og bær fra dem i karenperioden, siden de ikke var økologisk godkjente fra før. Av disse produktene lagde vi juicen *Rekrutt*, og når karenperioden var over og juicen ble økologisk, kalte vi den *Takk*: en takk til bonden som hadde gått over fra konvensjonell til økologisk drift. Nå er alt helt økologisk, med bringebær, rabarbra, solbær, blåbær, eple og pære.

Godt brød har i dag 350 ansatte. På grunn av koronakrisen har de dessverre måttet permittere en del ansatte, noe som gjør vondt!

Kristin: Jeg er utrolig stolt over at vi gir arbeid til så mange. Under koronakrisen har vi dessverre måttet permittere mange, men vi holder fortsatt åpent på 19 av 22 steder.

Vi jobber med å finne nye måter å komme hjem til kundene på. Vi har blant annet startet et samarbeid med Morgenlevering, som gjør at vi har hentet tilbake permitterte medarbeidere. Det er hyggelig.

I tillegg har vi noen spreke medarbeidere som løper ferskt brød hjem til bakekompiser tidlig på morgningen. Enn så lenge så løper vi til de som bor innenfor en 500 meter radius fra våre Godt Brød-bakeverksteder. Men hvem vet, med litt mer trening løper vi kanskje lenger?

Godt Brød evner å balansere økonomisk, sosial og økologisk bærekraft. I denne balansen ligger deres vinneroppskrift. Som Stein Arve sier så er nok selve kjernen til at de har lyktes over lang tid at de hele veien har vært tro mot den opprinnelige ideen. Denne ideen bygger på åpenhet i form av inkludering av de ansatte og åpne bakerier, økologi og bærekraft gjennom valg av råvarer og fokus på å ikke kaste mat og økonomisk bærekraft gjennom tålmodig å bygge opp bedriften basert på tradisjon og håndverk.

Bærekraftig rekruttering



For at bærekraftige måltider og økologisk mat en dag skal bli en naturlig selvfølge, må vi begynne et sted. Og hvor er det bedre å begynne enn i skolen? På Kristiansund videregående skole har elevene ved restaurant- og matfag laget festmåltider med og for ungdomsskolene, en vinneroppskrift med to av bransjens viktigste ingredienser; rekruttering og bærekraft.

Tekst: ÅSMUND SEIP
Foto: PER SOLLERMAN

Spis verden bedre!

BLI MED PÅ KAMPANJEN – LES MER PÅ DEBIO.NO

– Det første året vi gjennomførte prosjektet bespiste vi ca. 300 personer, og var veldig spente på hvordan ungdomsskoleelevene skulle ta oss imot. De var innmari positive! Det vi serverte har de til og med laget hjemme, ikke minst den smaksrike råkosten med sellerirot, gulrot og rødbeter, spritet opp med litt sitron. Prosjektet har vært en stor suksess.

Dina Gaupseth er lærer ved restaurant- og matfaglinja og har sammen med alle lærere og assistenter ved avdelingen gjennomført det toårige prosjektet «Mat med framtid», i samarbeid med Liv Solemdal ved NORSØK – Norsk senter for økologisk landbruk og Matvalget.

«Mat med framtid» er basert på omdømme- og rekrutteringskonseptet «Vi dekker til fest», som bygger på at videregående skoler med restaurant- og matfag har med seg VG1- og VG2-elever

som lærere på besøk til ungdomsskoler i faget mat og helse. Med NORSØKs kompetanse på jordbruk og lokale råvarer i ryggen ville lærerne vise ungdommen at våre matvalg har en direkte sammenheng med fremtiden til vår egen, norske matproduksjon.

– For å fenge ungdommene tok vi utgangspunkt i den kjente fredagstacoen, som i seg selv ikke er særlig bærekraftig. Siden prosjektet skulle gjennomføres i februar, måtte vi tenke igjennom hvilke lokale og økologiske råvarer vi da hadde tilgang til – som i hvert fall ikke er avokado! Vi brukte mest mulig rotgrønnsaker og lagde blant annet en råkost. Istedenfor kjøttdeig valgte vi å bruke høne. Høna trenger vi for å få egg, men som kjøttråvare blir den ikke brukt nok og det er forkastelig at høna skal brukes til å lage lim, istedenfor mat. Så vi kjøpte inn alle hønene i hele distriktet, kjørte rundt og

Dina Gaupseth, Iren Knutshaug Grip (nr. 2 og 3 f.v.) og årets VG1 ved restaurant- og matfag



tømte rett og slett alle butikkene for høne. Til slutt lagde vi hjemmelagd lefse, laget av norsk bygg istedenfor mais.

– Til dessert ble det servert en panna cotta av økologisk tjukkmelk, men det andre året vi gjennomførte prosjektet var det vanskelig å få tak i akkurat den melka – noe som viser en av utfordringene med å lage bærekraftige måltider. Hos noen av leverandørene var vi nødt til å bestille minst en måned i forveien, for å være sikker på å få produktene vi ønsket oss.

Det toårige prosjektet har vært en suksesshistorie. I etterkant har restaurant- og matfaglinjen ved Kristiansund videregående fått en økning i antall søkere. Samtidig har gjennomføringen for lærerne sin del vært dugnadsbasert, og Dina etterlyser et større engasjement fra bransjen.

– Bare råvarekostnaden på ca. 60.000 kr er utfordrende å dekke, det har vi ikke råd til uten ekstern finansiering. Jeg som lærer kan engasjere meg og iverksette, men er avhengig av å ha nok tid – og dugnad er ikke bærekraftig over flere år. Bransjen må komme sterkere inn med et større fokus på rekruttering så vel som bærekraft!

– Det er viktig nok i seg selv at vi, som er på det «laveste» nivået i bransjen, løfter dette opp, men det blir gjerne litt for lang avstand mellom oss og opp til de som sitter på toppen. Eller omvendt. Jeg ønsker at skolene kan få et tettere samarbeid med både næringslivsorganisasjonene, restaurantene og hotellene.

Bærekraft er heldigvis i ferd med å feste seg som et begrep for framtiden, i denne sammenhengen spesielt siden restaurant- og matfag nå får en





Jeg pleier å spørre elevene om hvor mange poteter vi skal dyrke, bare for at vi skal ha friheten til å kaste dem igjen?

DINA GAUPSETH

Mat med framtid

Hovedmålet med prosjektet er økt kunnskap om økologisk mat, bærekraftig måltid og et kretsløpsbasert matsystem til elever og framtidige kokker, for derigjennom å øke bruk av økologiske råvarer på institusjonsskjøkken kantiner og kafèer/ restauranter og i private hjem.

Elever ved restaurant- og matfag, Kristiansund videregående skole, får en innføring i økologiske og bærekraftige matvalg.

Kunnskapen benytter de ved å reise ut til ungdomsskoler på Nordmøre, og tilberede et festmåltid basert på prinsipper for et bærekraftig måltid sammen med niende klasse. Elevene fra restaurant og matfag fungerer som lærere for ungdomsskoleelevene.





ny læreplan, hvor nettopp bærekraft er ett av kjerneelementene. Dina har selv vært med på utformingen av den nye planen.

– De framtidige kokkene kommer til å møte større og større krav fra forbrukerne, og vil bli tvunget til å ta nye valg. Bærekraftsbegrepet er stort og inkluderer også økonomi – hvis en kokk eller en kjøkkensjef skal velge mellom to typer kjøtt, og det ene er dyrere, vil det gå utover økonomien. Innkjøpsrutiner påvirker bedrifters mulighet til å ta bærekraftige valg. Derfor må vi få elevene våre til å tenke selvstendige tanker om dette, uten å gi dem fasitsvar, siden temaet stadig er i endring med ny forskning og kunnskap. For oss er det viktig å gi elevene lyst til å lære mer, og forstå hvordan valgene de tar henger sammen med jordkloden og framtida.

Transport, utslipp, økosystemer, arbeidsforhold, menneskerettigheter – det er et stort lerret å bleke.

– Sunndal, som ikke ligger så langt herfra, har et jordsmonn som er spesielt godt for dyrking av poteter. Der, som mange andre steder, blir en stor andel av potetene kastet, bare fordi de ikke lever opp til målene vi har for størrelse og form. Jeg pleier å spørre elevene om hvor mange poteter vi skal dyrke, bare for at vi skal ha friheten til å kaste dem igjen? En annen ting er at vi ikke engang får lov til å kjøpe de lokale Sunndalspotetene på grunn av innkjøpsreglene vi må forholde oss til. Det å ta bærekraft på alvor fordrer at vi snur om på mange av rammebetingelsene og verdikjedene våre – nettopp derfor er det så viktig at elevene våre blir interessert i temaet. Det vil vi se konsekvensene av når



de kommer ut i arbeidsmarkedet.

At Dina og kollegene er brennende engasjert i ungdom og bærekraft er lett å se. Men hvordan får de gitt engasjementet videre til ungdommene selv?

– Entusiasme! Og undervisningsopplegg som inkluderer vekt og utregning, som sammen med besøk hos bedrifter og gårder gir et reelt innblikk i konsekvensene av valgene våre. Vi må visualisere det for dem, la elevene veie maten de har tenkt å kaste og regne vekten om til kroner og øre.

– Vi prøver også å fokusere på godt håndverk og lærer dem å utnytte alle deler av råvarene. Mange elever er unøyaktige med kniven – en tidel av

kjøttet ligger gjerne igjen på skroget når de parterer en kylling. Da jobber vi med teknikker for å skrape ut og få med alt kjøttet, og samtidig metoder for å bruke opp alt. Det er fort gjort å kaste mat når vi jobber under tidspress, men det trengs ikke.

Engasjement, entusiasme og hvordan alt henger sammen med alt. «Mat for fremtiden» har vært et prosjekt for fremtiden.

– Selv vi som er entusiastiske har fremdeles mye å gå på. Vi må *gønne på* og få elevene til å forstå hvordan ting henger sammen! Og stille krav til leverandørene våre, arbeidsgiverne, politikerne og bransjen – hvis vi som skole får elevene våre interesserte, har vi skutt gullfuglen på vegne av den framtidige generasjonen!



Jeg stemmer for helheten i prinsippene, både hver især og til sammen! Jeg blir lett ledet til begrepet om at alt henger sammen med alt. Men når vi i Matvalget samarbeider med f.eks. videregående skoler om å heve bærekraften i skolens kantine, og da konkret knyttet opp mot en definert økologiprosent, er det naturlig å sette denne satsningen inn i hele skolens økosystem.

For meg personlig er rettferdighetsprinsippet det mest beskrivende for mitt engasjement. Vi lever i en verden med begrensede ressurser og må påvirke positivt til en form for nøysomhet og ydmykhet – og en streben etter å oppleve økt livskvalitet gjennom det nære og tilgjengelige. Og samtidig ha et åpent blikk for verden der ute. Matvalget jobber for et matsystem som skal sikre nok mat til alle, både globalt og lokalt. I offentlige institusjoner jobber vi ofte etter et sosialt utjevnerende mandat – tilgang på næringsriktig og bærekraftig mat for alle.

Marte von Krogh,
TEAMLEDER I MATVALGET

Spis verden bedre!

MATVALGET



MATPRISEN

BLI MED PÅ KAMPANJEN! LES MER PÅ [DEBIO.NO](https://debio.no)



IFOAM presiserer at de fire prinsippene skal brukes som en helhet, men det som berører meg mest er rettferdighetsprinsippet. Likeverd og respekt gjelder i menneskelige relasjoner, overfor dyr, og for hvordan natur- og miljøressursene forvaltes.

Emil Mohr,
GRÜNDER AV DEBIO

Spis verden bedre!

MATVALGET



MATPRISEN

BLI MED PÅ KAMPANJEN! LES MER PÅ [DEBIO.NO](https://debio.no)

Alternative salgskanaler



I Norge har vi perfekte gulrøtter og alle slags kåltyper, de søteste jordbærene på grunn av den korte og intense vekstsesongen, grasfôret storfekjøtt av ypperste kvalitet og foredledede produkter som spekepølser og oster i verdensklasse – men hva hjelper det hvis ingen kjøper dem?

På Debio sin nettside kan du finne oversikt over,
og søke opp, alle som innehar sertifisering fra Debio –
da også foredlere og omsetningsbedrifter.

finn.debio.no

Norsk mat er mat mellom bakkar og berg, og ikke alltid like lett å få tak i eller å få omsetning på som produsent. En av årsakene er de tre store matvarekjedene med monopol på dagligvare og fokus på volum. Selv om matvarekjedene også jobber for å distribuere lokale varer, forsvinner små og mellomstore produsenter lett i det enorme utvalget av lavprisede produkter og importerte varer. Som motreaksjon på dette finnes det etterhvert flere alternative salgskanaler som skal sikre at varer når frem til kunder utenfor Norges tre dagligvarekjeder.

NIBIO gav høsten 2019 ut rapporten «Produksjon og omsetning av økologisk frukt, bær og grønnsaker gjennom alternative salgskanaler», og fastslår at det er viktig og nødvendig med arbeid for et nytt system. Et nytt og bedre omsetningssystem innebærer bedre tilgang til informasjon om tilbud og etterspørsel i det alternative markedet, samt muligheter for at produsenter i nærliggende områder kan samarbeide om varetransport – eventuelt at bedre muligheter for levering og transport løses på innovative måter. Et mer velfungerende system kan også styrke det norske landbruket kraftig gjennom mer sikkerhet, og gjøre at grossister og spesialbutikker får tak i norske, økologiske varer og dermed kutter ned på import.

I tillegg til flaskehalsen i transporten, er det nødvendig med bedre organisering av informasjon om mulige kjøpere og selgere i markedet, slik at partene kan finne frem til hverandre, og sikre at den økologiske maten som produseres i Norge også blir verdsatt og spist opp.

Tekst: EDONA EMILIE ARNESEN

Foto: BIRGITTA EVA HOLLANDER / MATVALGET

En nesten komplett oversikt over salgskanaler i Norge

1. DE STORE DAGLIGVAREKJEDENE – «de tre store» – Coop, REMA 1000 og NorgesGruppen. Frukt- og grøntprodusenter må være medlem av en produsentorganisasjon for å selge til de store dagligvarekjedene, enten Nordgrønt eller Gartnerhallen. Disse selger henholdsvis til Coop, REMA 1000 og NorgesGruppen, sistnevnte via grossisten BAMA AS. Medlemmene får hvert år tildelt en kvote for kommende sesong, og de kan ikke regne med å få solgt mer enn hva denne kvoten tilsier.

2. DIREKTE TIL BUTIKK

Det finns en del kjedeuavhengige butikker som spesialiserer seg på økologiske produkter og nisjemarkeder som kjøper direkte fra produsenter. Mølleren Sylvia, Ekte Vare og Lille Tøyen Kolonial er noen slike i Oslo, Kinsarvik Naturkost holder til i Bergen, Etikken finnes i Trondheim og Økomat Inherred er en landhandel ved Levanger. I tillegg finnes det eksempler på enkeltbutikker under de store kjedene hvor kjøpmannen selv velger å ta inn lokal- og spesialprodukter i sortimentet.

3. ANNEN GROSSIST

Det finnes flere uavhengige grossister som videreselger til butikker, restauranter og storhusholdninger. Mange baserer seg på import, men noen har også fokus på økologiske varer.

Eksempler på disse er Eugen Johansen, Odd Langdalen og Øko-kompaniet, som er landsdekkende, og Agrossist som er en mindre aktør på Fåberg.

4. INDUSTRI/PRESS

Mange produsenter selger avlingene sine til industri eller press i stedet for å selge dem som råvarer eller videreforedle dem selv. Industri kan være produksjon av syltede og hermetiserte produkter, og press eksempelvis saft og juice. Noen mindre bedrifter innen foredling tar imot økologiske råvarer, blant annet Rørosmeieriet AS, safteriet Balholm AS i Balestrand (som også produserer eplesider), og slakteriene Trygve Brovold AS i Stange, Vikja i Vik i Sogn og Jens Eide i Lillesand.

Oslo Indre Matforedling er en liten bedrift i Oslo som foredler kjøtt fra dyr (hovedsakelig gris/purker) som er eldre eller for store til å passe inn i industrielle produksjonslinjer, og lager et utvalg pølser og spekemat.

5. DIREKTE TIL RESTAURANT

Mange produsenter har etablert nære bånd med enkeltrestauranter for omsetting av sine varer i kombinasjon med tett dialog og mer fleksibilitet da restaurantene ofte kan være åpne for å ta imot det som er tilgjengelig gjennom de ulike mikrosesongene av produksjonssesongen. Eksempler på dette er Korsvold gård på Hvaler som leverer lam og grønnsaker, og Bergsmyrene gård som er direkteleverandør av mange spesialsorter av grønnsaker til flere Oslo-restauranter. I Trondheim samarbeider biodynamiske Skjølberg Søndre tett med restaurant Credo, og i Bergen har Lysverket gjort investeringer i en gård for langsiktig planlegging.

6. ABONNEMENTSORDNINGER

Abonnementsordninger består av jevnlige

utleveringer av kasser med økologisk, sesongbasert mat til kundene. Dette kan fungere på ulike måter; i noen tilfeller betaler kundene et fast beløp og får en kasse med sesongens utvalg, mens de i andre tilfeller kan gå inn på en nettside og velge ut varene de ønsker for hver gang. Noen produsenter driver sin egen abonnementsordning, mens andre leverer varer til en distributør som pakker og leverer til kunder i området – altså en tredjepart. Alm Østre driver ordning fra egen gård i Hamar og Stange, mens Finnegarden i Bergen leverer i Bergensregionen. På Sørlandet finnes kjøttabonnementet Fritt og Vilt.

7. FORBRUKERKOOPERATIV

Et forbrukerkooperativ fungerer i stor grad likt som en abonnementsordning, men en vesentlig forskjell er at ordningen er eid og drevet av et samvirke av forbrukere og ikke av en tredjepart. Oslo, Trondheim, Vestfold, Ås og Halden Kooperativ er slike.

8. ANDELSLANDBRUK

Andelslandbruk handler om direkte kontakt mellom produsent og kunde, hvor kundene hvert år forhåndsbetaler for en andel av gårdens avling gjennom hele vekstsesongen. På denne måten blir risikoen fordelt mellom produsent og kunde. De fleste andelslandbruk i Norge involverer til dels kundene gjennom deltakelse, både i forbindelse med dyrkning og innhøsting, og ved at noen er styrt av andelseierne gjennom et samvirke.

Andelslandbruk finnes enten på etablerte gårder som del av deres drift, eller på frittstående dyrkningsområder, slik Fornebu Samdyrkelag i Oslo er et eksempel på. Dette andelslandbruket består av grønnsaksproduksjon på et areal som midlertidig ligger brakk i påvente av bygging, og har stor involvering av andelshaverne. Det er fortsatt vekst i andelslandbruk i Norge. Per dags

dato er det 84 andelslandbruk i drift, spredd over alle landets fylker. På andelslandbruk.no kan du finne et kart over Norge med oversikt over alle andelslandbrukene fra sør til nord.

9. SALG DIREKTE FRA GÅRD TIL FORBRUKER

Noen produsenter har egen gårdsbutikk eller driver veisalg fra en bod. En ny og sterkt økende salgsordning er REKO-ringer (REttferdig KONsum), hvor lokale ringer organiseres gjennom grupper på Facebook. Her legger produsentene ut sitt vareutvalg og tar imot bestilling fra kunder via kommentarer på innleggene sine. Levering skjer gjerne annenhver uke på et fast sted i området. For mange er det relevant å kombinere det å drive andelslandbruk med salg i REKO-ringer.

En nyere aktør er Dagens, en digital salgs- og ordreplattform som forenkler direkte handel mellom matprodusenter og profesjonelle kjøpere, som HoReCa, institusjoner og kantiner, med fokus på mangfoldets viktighet og mulighetene som finnes ved samarbeid mellom produsenter og fagfolk i kjøkkener.

10. BONDENS MARKED OG ANDRE MARKEDER

Bondens marked ble etablert i Norge i 2003, og er et beskyttet merke som eies og kontrolleres av Stiftelsen Bondens marked Norge. Kun de markedene som inngår en skriftlig avtale og forplikter seg til å følge reglene kan markedsføre seg som Bondens marked. Det organiseres jevnlig Bondens marked på ca. 20 ulike steder i Norge, hvor produsentene kommer selv og selger varene sine direkte til forbrukere som besøker markedet.

Det finnes også andre markeder, for eksempel i forbindelse med ulike festivaler, hvor produsenter kan sette opp salgsbod og selge varene sine.

Ser du Ø-merket på eit produkt kan du vere trygg på at produksjonen har gått føre etter økologiregelverket.

Ei kvar bedrift som brukar Ø-merket er sertifisert av

Debio og får besøk av ein kvalitetsrevisor ein gong i året.

Sertifisering kan virke skremmande for mange bedrifter som vil produsere økologisk mat, med krav om dokumentasjon

av alt frå produksjon til sal. Med kvalitetsrevisorar som

Marianne Myhren ved si side, ville eg følt meg trygg.

Etter snart 20 år på baken i Debio har ho møtt menneske rundt om i landet med hjarte for økologisk mat, og følgjer dei

frå innmelding og trygt fram til Ø-merka mat!

Marianne Myhren, kvalitetsrevisor bedrift

Som kvalitetsrevisor for bedrifter møter du mange ulike folk i matbransjen. Kva er det med bransjen du blir inspirert av?

Eg blir inspirert av folk som får til så mykje. Det er ganske mange som med stort engasjement startar opp små bedrifter. Dei oppdagar at det er mykje meir jobb enn dei hadde førestilt seg, men får det ofte godt til. Mange tråkkar opp stiar som ingen

har gått før, og har brennande engasjement for mat og miljø.

Marianne er utdanna næringsmiddelteknolog frå det som då var Høgskulen i Sør-Trøndelag. Med noko arbeidserfaring frå Mattilsynet søkte ho jobb i Debio. Etter nokre år med hybel på Bjørkelangen vart det heimekontor frå Skien.

Korleis er det for deg å reise rundt å møte folk?
Eg er kanskje ei litt rastlaus sjel, og likar godt å reise rundt. Etter fleire dagar på heimekontor gler eg meg til å reise ut på revisjonstur, sjå nye stader, og møte både nye og kjende fjes.

Med heimekontor blir det ein del aleinetimar.
Korleis er det å jobbe slik?

Det er ikkje alle som trivast med å sitje på heimekontor aleine. Eg likar godt fleksibiliteten det gir, og å kunne sitje i fred. Ute på revisjonstur er det ofte veldig sosialt, og då er det fint å kome tilbake til kontoret mitt.

Alle som produserer, lagrar, importerer eller marknadsfører økologiske eller biologisk-dynamiske matvarer, treng ei godkjenning frå Debio. Kva må ei bedrift gjere for å få sertifisering frå Debio?

Det fyrste dei må gjere er å fylle ut søknaden som ligg i vårt elektroniske innmeldingssystem på debio.no. Når vi får den, tek vi kontakt, ringer og avtaler fyrstegangsbesøk. Når vi møtast går vi gjennom rutinar for handtering av økologiske råvarer, alt frå lagring, produksjon, pakking og emballering, og hjelper til med det dei lurar på. Når alt av dokumentasjon og rutinar er på plass får dei eit sertifikat som visar kva dei er godkjent for. Vi kjem på revisjon årleg, i tillegg til at vi kan kome på umeld revisjon. Umelde revisjonar baserar seg på risikobaserte vurderingar, i tillegg til at vi også kan kome innom nye bedrifter etter nokre månadar for å sjå korleis det går.

Etter å ha jobba med økologi i så mange år, opplev du ei endring i haldning no samanlikna med då du starta?

Eg møtte ofte meir skepsis både blant kundar og folk generelt, det har alltid gått litt i bølgedalar. Jamt over er det mykje meir positivitet no, og klima og miljø står høgd på samfunnsagendaen.

Kva type feil er det folk ofte gjer i prosessen med å sertifisere sin produksjon?



Marianne Myhren. Foto: Espen S Seierstad/Debio

Etter det vart innført krav om å merke med det norske kodennummeret NO-ØKO-01 under ø-merket på produkt har det vore ein del feilmerking. Vi oppmodar til å sende emballasje til gjennomsyn frå oss før trykking. Det er også ganske vanleg å gløyme å fylle ut mottakskontroll – det vil seie å dokumentere at råvarene dei kjøper inn har økologisk sertifisering. For nokre bedrifter er det også utfordringar med å innhente dokumentasjon på råvarer frå andre land.

Hender det du kjenner på audmjukskap når du er på jobb?

Ja, av og til. Når eg møter folk som står på og får det til, kan eg bli full av beundring og audmjukheit.

Er det noko som gjer deg stolt i løpet av ein arbeidsdag?

I nokre bedrifter kan det av ulike årsaker vere ekstra utfordrande å få på plass gode rutinar, og vi må jobbe litt ekstra for å få ting på plass. Når eg då kjem på

SERTIFISERING – STEG FOR STEG:

1. gå inn på debio.no.
2. trykk på den grønne boksen **Veiledning, kurs eller sertifisering?**
3. velg område du vil søke sertifisering for,
f. eks. **Foredling, import og omsetjing**
4. klikk **søk nå**, eller om du kjem inn på sida, **søk sertifisering**
5. klikk **registrer** og fyll ut så godt du kan i det elektroniske skjemaet
6. når du har sendt inn skjemaet **vil Debio ta kontakt** for å avtale eit besøk
7. har du spørsmål kan du ta kontakt på **kontor@debio.no**

neste revisjon og alt er på stell, får eg ei god kjensle – då har alle gjort ein god jobb!

Kva utfordringar kan du møte på under revisjon?
Det er ofte nye problemstillingar og utfordringar undervegs, men sjeldan så alvorleg. Viss det er ein stor kjede kor leiinga har bestemt at alle underein- ingar skal ha ein viss økoandel, kan det ofte vere utfordring med motivasjonen til dei tilsette – dei skjønar ikkje heilt kvifor dei treng ei sertifisering. Det er ikkje vår jobb å motivere og inspirere, det er DebioInfo sitt område. Vi kan forklare og hjelpe dei gjennom sertifiseringsprosessen.

DebioInfo er Debio sitt dotterselskap, og driv med formidling og kommunikasjon knytt til Debio sine merker. Tenesta Matvalget gir veglei- ing til offentlege og private verksemder som vil lage bærekraftige måltid. Når Matvalget har vore inne og gitt rettleiing til ei bedrift går ofte stafettpinnen over til Debio.

Korleis opplev du den overgangen?

Eg kjem ofte på fyrstegangsrevisjon til stor- kjøkenbedrifter som har hatt besøk av Matvalget. Sertifisering er jo skild frå DebioInfo, så det er ikkje alltid eg veit at Matvalget har vore inne fyrst. Dei

tilsette har ofte fått god kunnskap om hensikta med sertifiseringa, og er veldig positive. Det er en- klare å få innført rutinar som krevjast for å blir sert- ifisert når dei har fått informasjon og inspirasjon på førehand. Ikkje minst at dei har ei forståing av dei ulike rollene og kva som skiljar oss på sertifisering frå Matvalget si rettleiing.

Å vere open og ærleg er viktige verdiar i Debio, og mykje lærdom kjem av å prøve og feile.

Kva er ein vanleg revisortabbe?

Alle gjer jo feil, det er menneskeleg. Små feil kan vere å melde frå til bedrifter om feil dag og dukke opp utan å ha ein avtale. Elles kan vi gi feil informas- jon om regelverket og kva krav som gjeld. Då må vi berre kripe tilbake og fortelje kva som er riktig.

Interesse for kontroll og tilsyn er vesentleg for ein kvalitetsrevisor i Debio, men å ønskje å ar- beide for eit berekraftig landbruk er vel så viktig. Marianne sitt hjarte ligg begge stader. Debio sitt slagord er «Fordi du bryr deg, om jorda, og maten vi et». Kvifor bryr du deg?

Eg vil at maten vår skal vere mest mogleg rein, at det ikkje skal vere restar av kjemikaliar i den, og ik- ke minst at dyra vi et skal ha det bra mens dei lev.



De fire prinsippene,
økologi, helse, rettferdighet
og varsomhet, utgjør for
oss i Økologisk Norge en
udelelig helhet som ligger
til grunn for alt vårt arbeid.

Børre Solberg,

DAGLIG LEDER I ØKOLOGISK NORGE

Spis verden bedre!

MATVALGET



MATPRISEN

BLI MED PÅ KAMPANJEN! LES MER PÅ DEBIO.NO

The background features a stylized landscape with a range of blue mountains under a warm, orange-hued sky. A large, dark teal ampersand is positioned on the right side of the image. The word 'Endring' is centered over the mountains in a yellow, serif font.

Endring

Verden tar av og til en uventet vending.
Det har kanskje alle kjent på kroppen denne våren.
Samtidig er endring et tema som hører til når 
man jobber med jord, planter, dyr – og mat.
Med klimaforandringer og tørkesommer i
bakhodet kan vi også regne med at uforutsette

Tekst: ÅSMUND SEIP

The background of the entire page is a photograph of a sunset or sunrise over a body of water. In the distance, there are silhouettes of mountains. The sky is a mix of soft orange, yellow, and light blue. The water in the foreground is calm and reflects the light from the sky.

&

undring

endringer vil bli en større del av hverdagen vår i
framtiden. Vi har tatt en prat om nettopp **endring**
med et knippe mennesker med forskjellige
ståsteder og innfalsvinkler, ikke fordi noen av
dem sitter med en fasit, men fordi vi tror åpenhet
og deling av erfaringer kan være nyttig.

Foto: VIDAR NORDLI MATHISEN (UNSPLASH) OG PRIVAT

**Hva kan mathistorien
og endringer i nordmenns
spisevaner bakover i tid**

lære oss i situasjonen vi står i?

Matberedskap var altså helt sentralt for generasjonene før oss. De fikk smertelig erfare uår, handelsblokader og kriger. I løpet av årene etter krigen var dette en mentalitet som gradvis gikk mer og mer i glemmeboken. Sett i verdensmålestokk lever nordmenn nå i en overflod og en sosial trygghet som mennesker de fleste steder i verden og nordmenn i tidligere tider knapt har kunnet forestille seg. Den økte rikdommen har gjort det mulig å ha et spisemønster som de færreste hadde tilgang eller råd til for bare noen tiår siden. I løpet av etterkrigstiden gikk andelen av husholdningsbudsjettet som ble brukt til mat fra 40 til 12 prosent. Samtidig steg standarden på matvarene, i den betydning at norske forbrukere brukte mer på eksklusiv og langreist mat, mat produsert helt andre steder i verden som krevde lang transport. Norge er rundt 40 prosent selvforsynt. Vi importerer altså rundt 60 prosent av maten vi spiser. Nå etter koronautbruddet har flere land stanset eksport av mat for å sikre egen befolkning. Andre land har varslet store oppkjøp for å bygge opp kriselagre. Begge deler kan få følger for mat sikkerheten i Norge.



Annechen Bahr Bugge

SOSIOLOG (DR.POLIT) OG FORSKER VED
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO, OSLOMET

**Hvordan tror du
matvanene våre kommer
til å endres framover?**

Forbrukerne blir mer og mer bevisst på hva de spiser, også hva dyra har spist og hva slags liv de har levd. De er blitt mer bevisste på samspillet mellom human- og dyrehelse. De er opptatt av hvor maten kommer fra og hvilket avtrykk den har på omgivelser. Interessen for lokale norske råvarer og matretter har vært svært økende det siste tiåret. Antakelig vil koronakrisen føre til en ytterligere oppsving.

Kan du gi et råd fra ditt perspektiv til oss som dyrker og lager bærekraftig mat til andre?

Smi mens jernet er varmt! Jeg tror den langreiste maten med uklar opprinnelse, gjerne bearbeidet til det ugjenkjennelige, vil falle stadig mindre i smak hos forbrukerne. Dere må vel egentlig bare bli enda flinkere til å organisere dere og formidle produktene deres. Kortreist, økologisk mat er mer enn mote – ærlig og anstendig mat er det eneste fremtidsrettede, tenker vel egentlig jeg.

Tre råd om å leve og skape med uforutsigbarhet

For meg har det fungert veldig godt å ta små skritt i riktig retning. For eksempel lager jeg en film nå, om det å skape kunst med trevirke. Det jeg gjør er at jeg går ut i skogen hver morgen kl 6. Møter opp og ser hva som skjer. Noen dager får jeg bare noen sekunder å bruke, andre dager flere minutter.

Uforutsigbarhet har jeg levd med hele livet egentlig. Vi kan tro vi har kontroll, men livet tar svinger. Det gjelder å henge med.

Som når min mor fikk kreft og døde da jeg var 36 eller da min søster tok sitt eget liv i sommer. For meg hjelper det å ha gode rutiner. Hver dag. Å sitte ved et bål, skape, trene, snakke med gode venner. Finn dine ting. Hva gir deg ro? Hva gir deg mening?

Jeg føler følelser ekstra sterkt nå i denne tiden. Hvis det er tilfelle for deg også er det å få støtte til å være med følelsene essensielt. Jeg snakker med min Zen Coach en gang i uken. Det letter trykket.

Jannik Abel

KUNSTNER



Jan Bang

PERMAKULTUR-DESIGNER, LÆRER,
KURSHOLDER OG FORFATTER

Tre ting permakultur kan lære oss om endring

Permakultur er en verktøykasse med designverktøy som er basert på mønstrene vi finner i den naturlige økologi. Vi bruker disse til å planlegge systemer mennesker trenger for å skape en regenerativ fremtid. Vi burde se nærmere på:

Måten vi behandler jordkloden vår.

Jorden har flere egenskaper som kjennetegner levende vesener. Vi er nå så mange mennesker at mye av det vi gjør har varige og ofte ødeleggende virkning på jorden, som forurensning, artsutryddelse og utarming av jordsmonnet. Med Permakultur Design kan vi opprette systemer som gir oss det vi trenger uten å ødelegge planeten vår.

Måten vi behandler hverandre.

Vi har alle et ansvar for hverandre. Barn kan oppdras så de blir velutviklede voksne. Syke og eldre kan pleies med kunnskap, resurser og verdighet. Det er nok til alle av mat, hus, vann og andre nødvendigheter hvis vi fordeler på en rettferdig måte.

Måten vi behandler fremtiden.

Fremtidens menneskehet vil trenge fremtidig jord, skogressurser og trygghet. Så noen behøver å dra inn i fremtiden og speide inn i det neste århundret. Vi burde sørge for at det er nok ikke-fornybare ressurser for fremtidige generasjoner å ha glede av.



Tre råd om hvordan vi best møter uventede endringer og usikkerhet

Caspar Seip

TERAPEUT OG GURU
I PODCASTEN GURO & GURU

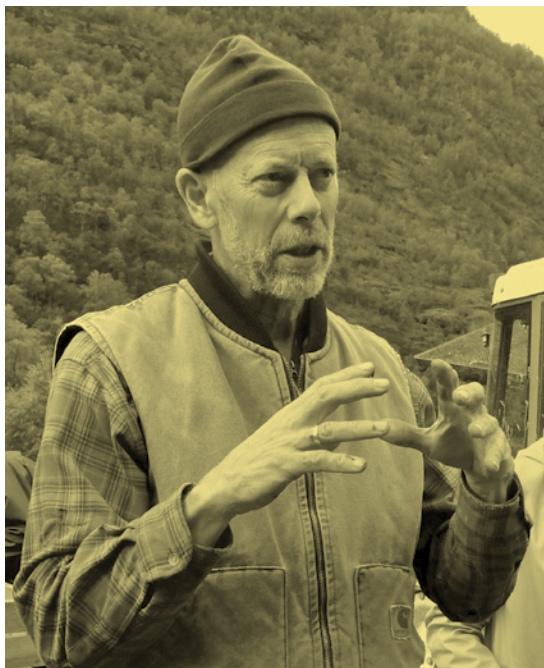


Det er ikke noe poeng å gi folk råd om hvordan de skal oppføre seg når urovekkende endringer inntreffer (det er egentlig ikke noen god idé å gi råd i det hele tatt). Når det er krise handler man ofte automatisk, hvis man ikke har trent på konstruktiv håndtering av usikkerhet i mer beskjedne mengder på forhånd. Men la gå. Hvordan forberede seg på å møte uro og usikkerhet:

En fin måte å trene seg til å bli god på å møte usikkerhet, er å trene sitt mot. Det kan man gjøre på mange måter (stikke hodet frem, bryte vaner, gjøre noe man er redd for uten bare å presse seg gjennom det, ta sjanser, spise med kniven), men man kommer ikke utenom å føle seg redd. Så mot handler om å bli god til å håndtere egen frykt, når den er der, ikke å bli fryktløs. Vårt menneskesinn har et arsenal av feige strategier for å komme utenom frykten. Vi benytter oss alle av sånne. Vi har lært det av Bøygen. Men det Bøygen ikke skjønnte, er at det er mye enklere å bli tilfreds med livet sitt, selv når det gjør vondt, hvis man er god til å tåle frykt, usikkerhet og andre ubehagelige følelser.

Når du er god til å håndtere usikkerhet vil du få kontakt med ressurser i deg selv som gjør at du ikke havner i unyttige mønstre når uventede endringer skjer i livet og usikkerheten er stor. Da vil du lettere oppleve det uventede som en gylden mulighet til noe nytt, i stedet for en trussel du må bekjempe.

Å ha venner som kan støtte og utfordre en når livet er vanskelig er gull verdt. Det er jo seint å skaffe seg slike gode venner når en stor krise rammer, det er best å ha gjort grunnarbeidet ved å vise din tillit, hengivenhet og sårbarhet i det vanlige, og ikke så dramatiske, livet.



Nathaniel P. Mead

LÆRER VED

SOGN JORD- OG HAGEBRUKSSKULE

Tre råd om å gi
jorda og plantene
motstandsdyktighet
og tilpasningsevne
til uventede
endringer

Menneskets holdninger og kunnskap om naturen må stå sentralt, og den kanskje viktigste holdningen av alle er å skjønne og respektere at mennesket er en del av naturen. En veiledende tankerekke kan være at øverst i rekken er «The Habits of Nature», under dette kommer mennesket som må bygge en forståelse av og kunnskap om «nature's habits». Med dette som grunnlag, utvikle metoder og teknologi som har til hensikt at naturens prinsipper

blir tatt vare på gjennom våre handlinger. Dette vil på lang sikt gi den mest bærekraftige økonomiske utvikling.

Tilpasningsevnen til uventede endringer for jord og planter er avhengig av at jorda lever. En levende jord er avhengig av sunn og variert kost, det vil si planter i første rekke og tett bak, tilbakeføring av organisk materiale, opprinnelige planter, i form av godt behandlet husdyrgjødsel, kompost og avlingsrester. At jorda er i kjemisk balanse og har gode fysiske forhold i form av aggregatstruktur, minimal jordpakking og god evne til vanninnfiltrering fra snøsmelting og nedbør er også avgjørende for dens evne til å motstå endringer. Om humustilstand og jordstruktur er i orden kan jorda tilpasse seg bedre til både tørke og kraftige nedbørperioder, altså jorda kan både ta imot mer vann fordi den er mer porøs, og holde på vann på grunn av sitt svampaktige humusinnhold.

Oppsummert er det oss mennesker som har den avgjørende rolle i om jorda og plantene er tilpasningsdyktige til uventede endringer. Urørt natur burde være våre rollemodell og læreremester.



*Elever fra restaurant- og matfag ved Kristiansund videregående skole.
Foto denne side: Per Sollerman. Foto forside: Birgitta Eva Hollander – Heia Folk
Foto bakside: Dag Thorenfeldt*



KONSEPT OG PRODUKSJON
DebioInfo & HeiaFolk

REDAKSJON
Åsmund Seip – Heia Folk (red.)
Peter Møller
Kaja von Kwetzensky-Stetzenkow
Ole Petter Bernhus
Helene Austvoll

Debio

ANSVARLIG UTGIVER
Organisasjonen Debio

*

Direkte distribuert til alle
Debio-godkjente virksomheter

DESIGN
Heia Folk

SATT I
Eames Century Modern,
Sofia Pro og DTL Documenta

OPPLAG
3.600

RETURADRESSE: DEBIO, ØSTRE BLIXRUDVEI 7, 1940 BJØRKELANGEN

Fordi du bryr deg kan også leses på nett: debio.no/fordi

*Kortreist, økologisk mat
er mer enn mote –
ærlig og anstendig mat
er det eneste fremtidsrettede.*

ANNECHEN BAHR BUGGE

