

Fordi du



bryr deg

ET MAGASIN
FRA DEBIO
#12 · 2025



Matprisen 2025
Veien til tiprosentmålet
Sirkulær og fornybar gjødsel

PRODUKTMERKER



DEBIOS MEDLEMSORGANISASJONER



SERVERINGSMERKER



Debios formål er å trygge og fremme økologisk produksjon, omsetning og forbruk

JOHAN H. KINTZELL FRØSTRUP, daglig leder Debio



På vegne av Mattilsynet kontrollerer og godkjenner vi i Debio at alle virksomheter som produserer, bearbeider, lagrer og markedsfører økologiske produkter følger økologiforskriften. Debio er en viktig aktør for å sikre at mat- og drikkevarer med Ø-merket faktisk er produsert etter den høye miljøstandarden som det offentlige regelverket setter.

Vi er opptatt av å senke terskelen for å bli kontrollert og sertifisert som økologisk, for både bønder og omsetningsledd. Samtidig er det avgjørende at kontrollen er grundig, uavhengig og upartisk. Vi jobber stadig med å både forbedre og effektivisere tilsynet for å gjøre det mer brukervennlig for alle tilknyttede bedrifter å dokumentere at de følger regelverket.

Debio eier også datterselskapet Debio Marked. Debio Marked jobber for å styrke kjennskap og kunnskap om Ø-merket, økologisk mat og dets tilleggsverdier blant forbrukere og virksomheter i Norge. Vi ønsker å motivere flere virksomheter til å bli sertifisert og bruke Ø-merket som et aktivt markedsføringsverktøy. Debio Marked jobber for å bidra til positive endringer i verdikjeden for økologisk mat ved å legge til rette for samarbeid, utvikling av markedsføringsmateriell og formidling av innsikt om nåværende og potensielle økoforbrukere. Målet er å gjøre det enkelt å velge økologisk og å styrke markedet for økologisk mat i Norge.

I Debio Marked har vi gjennom Matvalget spisskompetanse på rådgivning av offentlige og private storkjøkken for å inspirere og tilrettelegge for et mer bærekraftig matinnkjøp og -måltidstilbud. Matvalget er en vesentlig aktør for å sikre at det

offentlige utnytter potensiale om en stabil omsetning av økologiske varer i Norge.

Norske konsumenters etterspørsel etter økologiske varer øker, og i Norge vokste omsetningen av økologiske varer i 2024 med hele 7,8 % i dagligvarehandelen. Økologisk landbruk blir anerkjent som en spydspiss for å bidra til å gjøre hele det norske landbruket mer miljøvennlig og bærekraftig, og Stortinget har i år vedtatt en nasjonal målsetting om 10 % økologisk produksjon innen 2032.

Men hvilken betydning har det at økologisk landbruker definert som en spydspiss for hele det norske landbruket? Hva tenker de norske forbrukerne om økologisk mat, og har de nok kunnskap om hva det betyr å velge økologisk? Hvordan kan vi arbeide sammen for å nå den nasjonale målsetningen?

Denne utgaven av Fordi du bryr deg er i stor grad viet til spørsmålet: Hvilke tiltak kan øke økologisk areal til 10 % innen 2032 og hvordan kan vi øke omsetningen av økologisk mat. Vi har snakket med faglagene som ivret for en sterkere økologisatsing og et håndfast måltall for areal. Vi har snakket med økobønder, meierister og andre foredlere, interesseorganisasjoner, forskere og andre aktører som er involvert i dette feltet, for å finne ut hvilke tiltak de mener er viktig fremover.

Vi håper at årets magasin gir deg som leser giv til å så nye frø, oppsøke nye markeder eller å ta kontakt med noen av de mange som søker å bidra til at vi i 2032 har 10 % økologisk produksjon i Norge. Fordi du bryr deg.

Vennlig hilsen Johan



På ein arbeidsplass møter ein menneske som på eit tidspunkt har tatt eit aktivt val og søkt seg til nettopp denne arbeidsgjevaren. I denne utgåva av Debios magasin har vi tatt ein prat med leiar for sertifisering **Espen Seierstad** og **Else Thorenfeldt**, prosjektleiar i Debio Marked. Kvifor har dei valgt Debio, og kva utfordringar og moglegheiter ser dei for at økologisk landbruk og økologisk mat skal få ein større plass i samfunnet?

Espen kom til Debio allereie i 1998, og vart tilsett som inspektør. På den tida var dette sesongarbeid, og ein vart tilsett eitt år av gongen. Han er utdanna agronom, og før Debio hadde Espen vore aktiv i ulike deler av miljørørsla og mellom anna skrive artiklar for medlemsmagasinet til Framtiden i våre hender, Folkevett.

– Ein kan røyre mennesket gjennom formidling, men vegen er lang frå det skrivne ord til å få til faktisk endring. Det er utfordrande å formidle komplekse problemstillingar slik som matproduksjon jo er. Debio var ein etablert aktør som eg ønska å bli med inn i, og eg synst også at økologisk landbruk er eit særst interessant fagområde. Eg dyrkar mykje sjølv i dag, og har tidlegare også drive gard. Undervegs i mitt engasjement i miljørørsla, blei eg også engasjert innafør djupøkologien, og dermed menneske

sitt relasjonelle forhold til natur. Å ha eit personleg engasjement på jobb, kombinert med ein veldig fleksibel arbeidssituasjon, har vore givande for meg.

Med Espen sin bakgrunn frå miljøorganisasjonar er det interessant å få hans perspektiv på kva potensial han ser for samhandling på tvers av interessefelt for å løfte økologisk landbruk.

– Folk som engasjerer seg i økologisk landbruk er praktikarar, og har historisk sett gjerne danna egne organisasjonar. Folk i miljørørsla har kanskje over tid vore meir akademiske, og mindre praktiske i si tilnærming. Når det kjem til mat tenker ein ikkje alltid på innsatsfaktorane matproduksjonen vår har gjort seg avhengig av. Det er stort potensiale i å få til samtalar på tvers av fagområde. Framtiden i våre hender var i si tid ei folkerørsla, det var grasrota,

men har i seinare periodar i stor grad vore ein organisasjon som driv informasjonsarbeid. Kanskje dette er ei lengting frå mi side om å få i stand ei større folkørørsla? Vi kan ikkje sitte på kvar vår tue om vi skal klare å få ein opplyst samtale om matsystemet vårt.

Å få til ein samtale på tvers av fagfelt har Else vore ein viktig brikke i. I 2023 arrangerte Debio Marked Matsymposium for første gong, og i år gjekk dette av stabelen i samarbeid med Nasjonalmuseet. Else har sidan ho kom til Debio Marked i 2021 leia arbeidet med både Matprisen og Matsymposium, men før ho starta dette arbeidet kom ho rett frå økojordet på Korsvold gård på Hvaler.

– Mi første kontakt med Debio var den dagen eg søkte økologiskjenning som produsent for 20 år sidan. Opprinneleg kom eg frå motebransjen, og hadde ingen bakgrunn frå agronomi. Eg vaks opp i ein forstad til Oslo, og min inngang til landbruk var rett og slett ei stor interesse for mat. Eg budde i fleire år i Frankrike, og lærte mykje frå foreldra til vener der, både i kjøkenet men også i utallige kjøkenhagar der kjærleik til mat sto høgt. I det eg flytta heim til Noreg og fekk born på slutten av 90-talet, og skulle gjere matinnkjøp til familien, oppdaga eg at økologisk mat ikkje var heilt rett fram. I vår bittelille hage i Oslo var det etter kvart ikkje plen igjen, og i 2003 kjøpte vi ein gard som vi var fast bestemt på skulle drivast økologisk.

Else var ein av dei som vart kontakta då Matprisen vart etablert i 2014, og var gjennom seks prisutdelingar ein del av den uavhengige fagjuryen. I 2021 vart stillinga som prosjektleiar for Matprisen lyst ut, og Else forsto umiddelbart at ho ønska å søke.

– På dette tidspunktet hadde vi starta samtalane om behovet for å trappe litt ned på gardsdrifta med husdyrhald og grønnsaksproduksjon og direktesal. Eg arbeidde også med eit internasjonalt motebibliotek, og ønska å jobbe med noko som var mindre fysisk krevjande. Dette var midt under pandemien, og eg kom meg til kontoret berre ein gong før nok ei

nedstenging, og måtte lære meg mykje frå heimekontoret. Pandemien skapte faktisk ei opning for sånne som meg som ønska å arbeide på distanse.

Espen kom frå miljøørsla, Else frå landbruket og før det moteindustrien. Eg er nysgjerrig på kva samanhengen er mellom mote og matindustri?

– Mote- og matindustrien er to industrier som forureinar mykje, og som begge har utfordringar knytt til sosial berekraft. Det skjer mange initiativ i dag som skal betre situasjonen, men det tar tid. Ein kler på seg kvar dag, og ein et kvar dag. Gjennom både kleda og maten vi et kommuniserer vi noko til omverda, og for meg og min mann handla vårt prosjekt også om integritet, om det å vere sjølvforsynt og handle ut i frå ein økosystemtankegang. Vi har gjennom alle år arbeidd med handverk og estetikk, og har stort fokus på å formidle økologien gjennom maten vi har produsert. Å få arbeide med økologisk mat frå den andre sida, i Debio Marked, er kjempespennande. Det er praktisk, det er driftsorientert, men også i stor grad eit utviklingsarbeid. Skal vi få inn fleire stemmer og kompetansar for å utvikle matsystemet vårt, må vi gå bort frå å la land- og havbruksinteresser vere næringsinteresser aleine. Gjennom arbeidet med Matsymposium opplev eg stort engasjement hjå våre omgjevnadar for å finne fram til både fellesskap og nye løysingar.

Økosystemtenking er felles for Else og Espen, dei treff kvarandre i behovet for at vi som menneske må styrke vår relasjon til naturen, og at vi i større grad treng å tenke heilskapleg.

– Det har vore ei førestilling om at «berre vi fortel om dette» Då! vil det gjerast tiltak. Men kva kan enkeltmennesket eigentleg gjere? Mange av tiltaka vi må inn på krev ein annan livsstil. Vi må slutte å forbruke så mykje av naturen sine ressursar. Medvite eller ikkje, vi blir i stor grad fanga av ein levemåte som vert styrt av økonomi og forventingar frå omverda. Kjenslemessige relasjonar er vesentlege for å kome nærare naturen, vert det bygd hytter i

*Om eg lar vere å bry meg
vil eg tru livet blir flatare*

ESPEN SEIERSTAD

*Vi treng å fokusere på
dei enkle gledene*

ELSE THORENFELDT

eit område du ikkje kjenner til, er vegen lang for å sjå utfordringar ved nettopp denne hyttebygginga, utdjuper Espen.

Røynsler frå kommunikasjon og formidling er eit anna tema som Espen og Else har til felles. Det er stort potensiale i å auke kunnskapen om økologisk landbruk og økologisk mat. Korleis kan vi få til dette?

– Som bonde forsøkte eg å marknadsføre økologisk mat som noko godt, vakkert og viktig med omsyn til dyr, planter og jord, fortel Else. Eg opplevde at dette ga mine kundar nye perspektiv. Når du fortel historien til eit produkt får kunden ei tettare tilknytning til produktet eller prosessane maten inngår i. Så må eg også legge til at for oss har det vore særst provoserande å treffe bønder som ikkje har godkjenning for økologisk produksjon, men fortel historier til kunden som om dei driv økologisk. Mange forbrukarar trur at dei kjøper noko anna enn det dei kjøper. Dette er ei kommunikasjonsoppgåve eg ønskjer å arbeide med i Debio Marked, det er Ø-merket du bør sjå etter når du handlar mat.

Men kontrollordningar som Ø-merket kostar både tid og pengar, og ein revisjon frå Debio kan vere tungvint. Espen, som leiar arbeidet med sertifisering i Debio, tar ballen:

– For å få ei godkjenning for økologisk produksjon er det mykje som skal dokumenterast. Men, sett i samanheng med korleis kontrollordninga vart organisert tidlegare, vil eg hevde at ei økologigodkjenning er vesentleg enklare i dag enn før. Som

produsent får du god rettleiing frå revisor, og økologisk førsteråd frå Norsk landbruksrådgiving er tilgjengeleg nasjonalt. Klarer vi å styrke meirverdien Ø-merket gir, vil det bli enklare å gjere økologigodkjenning til eit minimumskrav.

Prispresset på mat er ei overhengande utfordring for matprodusentar, økologiske som ikkje-økologiske.

– Det er økonomisk krevjande tider, kostnadane aukar, men prisen på det du sel står forholdsvis stille. Vi treng å verdsette dei mindre voluma, og det er eit overhengande behov for betre marknadsadgang for økologiske produkt, dette gjeld stort sett alle varekategoriar, framheld Else.

Slagordet til Debio er «fordi du bryr deg». Kvifor bryr Espen og Else seg?

For Espen har det med eit engasjement å gjere.

– Mitt engasjement for livet blir skapt gjennom empati. Eg bryr meg jo eigentleg om meg sjølv, og eg ønskjer å få andre personar, dyr og natur til å bli like viktige som meg sjølv. Det gir meg både djupnad og meining i livet. Om eg lar vere å bry meg vil eg tru livet blir flatare.

Else trekk fram ønsket om eit nærvær.

– Vi burde lære om og vere i naturen i mykje større grad. Eg ser eit stort behov for at vi lærer oss å bli glad i det nære, ein må ikkje reise til den andre sida av kloden for opplevingar. Vi treng å stoppe opp og fokusere på dei enkle gledene. Maten og jorda er her rett føre oss, og å bry seg om dette, og menneska ein har rundt seg, gir stor meining for meg.



Med samarbeid skal **økologisk landbruk styrkes**

I dette magasinet møter vi mange aktører som gjennom sine roller skal bidra til å nå et mål om 10 % økologisk areal. En av dem har en unik posisjon for å realisere målet og har satt sin signatur på økostrategien som vi skal lese om på de kommende sidene. **Nils Kristen Sandtroen**, landbruks- og matminister, var den som lanserte økostrategien en vårdag i Oslo i år. Entusiasmen vi opplevde i fjøset på Bygdø Kongsgård, med nypressa økologistrategi i hånd, møter vi igjen når vi nå kan spørre ham om veien videre for den fornyede økosatsingen.

Hva er det viktigste grepet for å motivere bønder til å velge å legge om til økologisk og bidra til å nå 10 %-målet?

– Det viktigste er samarbeidet mellom bøndene og organisasjonene som jobber med mat og jordbruk, og at vi har bedrifter og dagligvarekjeder som gjør at disse gode produktene blir tilgjengelige for deg og meg.

Du nevnte under lanseringen av den nye strategien i våres at kokker er viktige bidragsyttere til norsk matkultur og økologien. Hvilken rolle kan private storkjøkken spille i å nå målet?

– Nylig møtte jeg Johan Erkkilä som er kokk og lager mat for blant andre Karsten Warholm. Han bruker i all hovedsak økologiske produkter, og i tillegg til å lage mat for en toppidrettsutøver som Warholm, jobber han også for en større kantine i det private. Det viser at vi har engasjerte faglærte kokker med hjerte for økologiske produkter. Kokkene kan gjøre de økologiske produktene tilgjengelige for et større antall arbeidstakere i løpet av sin arbeidshverdag. Det er veldig positivt fordi det skaper matglede og folk får sunn, næringsrik mat i løpet av arbeidsdagen, og tar kanskje også med seg inspirasjon til å bruke økologiske produkter i sin hverdag.

En annen formulering du har brukt er at lokalmat kan svare ut behovet for trygghet i urolige tider. Norsk matproduksjon har en rolle i beredskap, men hvordan kan økologiske landbruksmetoder bidra til norsk beredskap?

– Det som er flott med økologisk matproduksjon, som en spydspiss, er at flere bønder og folk som er interessert i både planter og dyr blir engasjerte i å utnytte lokale ressurser, og på den måten også blir mindre avhengig av importerte innsatsfaktorer. Akkurat det er veldig viktig for å kunne produsere mat stabilt i et evighetsperspektiv, men også når det oppstår større kriser er det viktig at vi får mest

ut av de naturressursene som vi har. Der er økologiske bønder og dyrkningsteknikker til inspirasjon også for det konvensjonelle landbruket.

Som flere av de vi intervjuer i magasinet påpeker, spiller markedsaktørene en vesentlig rolle for suksess. Hva forventer du av markedsaktørene?

– Jeg forventer engasjement og positive forpliktelseser som følges opp, og et godt samarbeid med både

Jeg er mer optimistisk enn noen gang. Det handler både om entusiasmen blant medlemmene i ressursgruppen, og om sterke trender i tiden.

NILS KRISTEN SANDTRØEN,
LANDBRUKS- OG MATMINISTER

bøndene og organisasjonene som er interessert i økologisk matproduksjon og som utgjør helheten i dette gode samarbeidet vårt.

Forpliktelsene han peker til er en intensjonsavtale som medlemmene i Nasjonal ressursgruppe etter planen signerer denne høsten. Vi prøver oss på et vanskeligere spørsmål: Et annet punkt flere av de vi har pratet med er inne på er at det er krevende å få råvarene fra gård ut i markedet, bl.a. fordi mottaksapparatene ikke ser lønnsomheten i å satse på det som ennå har små volum. Dette er en flaskehals for flere ulike produksjoner. Hvordan kan aktørene i denne delen av verdikjeden stimuleres til å satse på norsk økologisk?

– Dette er et nøkkelspørsmål. Vi jobber for å bedre logistikken og sørge for at vi har infrastruktur for små og mellomstore produsenter. Et konkret eksempel på det kan være de to gårdbrukerne med økologisk produksjon av korn og erter som vi besøkte under valgkampen. De har fått støtte

fra Innovasjon Norge for å bygge tørke og lager på sine gårder, som begge er relativt små i kornsammenheng. Det gjør at de lettere og med større trygghet kan levere sine råvarer til videre økologisk foredling. Slik kan de være sikre på at råvarene inngår i en egen varestrøm siden det ofte er kø på mottakene. Særlig som i år, hvor det har vært en god kornsesong, som vi jo ønsker, må den infrastrukturen være på plass. Innovasjon Norge kan bidra, men også Forskningsrådet for å utvikle modeller som er til hjelp for hele verdikjeden.

I strategien står det at vi skal se til våre naboland. Hvilke virkemidler fra våre naboland er mest interessante etter ditt syn?

– Danmark og Sverige har kommet langt med økologisk produksjon, og vi kan lære mye av dem. Samtidig så er det også noen forskjeller mellom landene: Det eksempelet vi nå var inne på med små og mellomstore gårder, gjør at det for eksempel er kanskje ekstra utfordring med logistikk i Norge, sammenlignet med et land som Danmark. Vi må la oss inspirere der vi kan.

– Når vi skal skalere opp økologisk produksjon også for mjølk og kjøtt, så er det viktig å ha egne verdikjeder på før. Der har vi potensial i Norge fortsatt.

– Nabolandene våre har også kommet langt i å bruke offentlige innkjøp som virkemiddel og i å ha et godt økotilbud i butikk til forbruker. Det er altså flere områder vi kan se til Danmark og Sverige på, men samtidig være bevisst på at vi har noen egne utfordringer med den geografien og det naturgrunnlaget vi har i norsk landbruk.

Mange av de vi møter i dette magasinet trekker fram offentlige innkjøp som et essensielt grep for å øke økologisk areal, noe vi også ser har vært et bærende element i Danmark og spesielt Sverige. Hva er statsrådets tanker om dette?

– Offentlige innkjøp er et viktig verktøy fra regjeringen sin side. Vi foreslår nå å heve terskelverdien fra 100 000 til 300 000 kr for hvor mye man kan kjøpe inn innenfor forenklet anskaffelse av varer og mat. Det vil kunne ha betydning for for eksempel en rekke kommuner der lokale politikere er opptatt av å kjøpe inn økologiske og lokale råvarer, og der mange økologiske produsenter også er lokalmatbedrifter. De tre siste årene har det vært en anbudsrunde med tema «Veiledningstilbud for økologisk mat og bærekraftig måltid i storhusholdning». I jordbruksoppgjøret ble det bestemt at man skal lyse ut en ny anbudsrunde med dette temaet fra 2026.

Ifølge Landbruksdirektoratet betyr 10 % innen 2032 en økning av økoarealet på 10 % hvert år. Tror du vi klarer det?

– Ja! Jeg er mer optimistisk enn noen gang. Det handler både om entusiasmen blant medlemmene i ressursgruppen, og om sterke trender i tiden. Mange vil vite hva maten inneholder, og er opptatt av trygghet og helse. Flere er engasjert i kretsløp og lokalt forankra produksjonsteknikker, dette er økologiske produsenter sterke på. Kokken jeg nevnte er en av flere som taler varmt for å koble mat og helse tettere sammen.

Debio har slagordet «fordi du bryr deg», og det har vært tradisjon at vi spør intervjuobjekter om hva som engasjerer dem. Hvorfor bryr du deg om økologisk mat og landbruk?

– Jeg bryr meg om at flest mulig innbyggere i Norge skal bli engasjert og lære om både planter og dyr. Det har ofte vært inspirasjonen til mange som har startet som økologiske bønder og matprodusenter: Nysgjerrigheten for naturen vår, hvordan vi kan skape god mat, ut ifra lokale ressurser. At dette løftes opp, tror jeg er viktig for kommende generasjon. Økologisk jordbruk er en av flere næringer som jeg tror har framtida med seg for å engasjere ungdommen inn i matproduksjonen.

Veien mot tiprosentmålet

Historien om det økologiske landbruket har mange begynnelser.

De som mener at økologisk er det samme som hvordan man drev landbruket i gamle dager, vil kanskje mene at økologisk landbruk har vært her så lenge noen har holdt dyr eller dyrket jorda. Andre vil kanskje knytte oppstarten til pionerene som ville utfordre det moderne landbruket og de begynnende miljøproblemene det førte med seg for nærmere hundre år siden. Eller er det mer rett å si at økologisk landbruk får sin form når det begynner å ligne det man driver i dag, og man utvikler egne regler for det rundt 1970-80-tallet? Er det innførelsen av de europeiske forordningene gjennom EØS-avtalen i 1990 som markerer startskuddet? Er det i hele tatt én historie?

I dette magasinet tar vi utgangspunktet i 2025 og to hendelser:

Lansering av ny økologistrategi fra Regjeringen og et politisk vedtak på Stortinget hvor et flertall går inn for å gjeninnføre et mål for økologisk areal i Norge. Målet er at 10 % av norsk jordbruksareal skal være økologisk innen 2032. Som Mikael A. Meland Leksen, rådgiver i Landbruksdirektoratet, kommenterte under direktoratets årlige økologistatistikkseminar våren 2025 betyr det en økning fra dagens areal på 10 % hvert år. Dette vil kreve sin økomann og sin økokvinne.



POLITISKE DOKUMENTER

Den nye strategien «Fra økologisk jord til middagsbord. Nasjonal strategi for økologisk jordbruk 2025-2032» erstatter strategien fra 2018 med den mer repetitive tittelen: «Nasjonal strategi for økologisk jordbruk. Nasjonal strategi 2018-2030». Den strategien har gjerne blitt oppsummert i formuleringen at «utviklingen innen økologisk produksjon og forbruk skal være etterspørselsdrevet». Dette til motsetning til tidligere strategier hvor man har sett for seg at det politiske apparatet kan ha en rolle å spille utover å holde fingrene av fatet. Artikuleringen i strategien handler om den daværende regjeringens politiske ideologi, men var også et svar på Riksrevisjonens kritikk fra 2016 som konkluderte med at man hadde gjort for lite for å oppnå datidens mål om 15 % av arealet og offentlige innkjøp skulle være økologiske innen 2020. Det målet var man langt unna å nå, men kanskje enda lengre unna da disse målene forsvant i 2018.

En mye brukt historie som eksemplifiserer dette er hvordan Forsvaret i de nordlige fylkene var storkjøper av økologisk melk (fordi de hadde et mål om å handle inn 15 %) fram til 2018-strategien kom. Deretter forsvant økologisk melk fra sortimentet, og i

2023 sluttet TINE melkeråvare å ta imot økologisk melk fra de tre fylkene i nord.

I Hurdalsplattformen fra 2021 hadde man annonsert at man ville «stimulere til auka produksjon og omsetnad av lokalmat og -drikke og økologisk mat» og en evaluering av den foregående strategien, avtalt som del av jordbruksforhandlingene i 2022, konkluderte med at virkemidlene i 2018-strategien ikke fungerte etter formålet.

DEN NYE STRATEGIEN

Den nye økologistrategien ble lansert på Bygdø Kongsgård fredag 11. april. Statsråd Nils Kristen Sandtrøen inviterte med presse og en engere krets inn i fjøset for å snakke om sine ønsker og visjoner.

Strategien ble delt ut og det tok ikke lang tid før den ble kritisert.

Slik er det gjerne med strategier: Politiske motstandere og pressgrupper har naturligvis ingen grunn til å være fornøyde. Mer må gjøres. Om de har rett eller ikke er ikke så vesentlig når vi i dette magasinet går inn i strategien. Allerede etter statsrådens forord kan vi lese en tipunksliste som skal under-

bygge strategiens mål. Disse beskriver hva man vil gjøre for å nå målet, men når vi leser dem kan vi gi kritikerne rett i at strategien ikke lanserer noen veldig klare tiltak. Man ønsker å øke produksjon og omsetning av økologisk melk, korn, frukt og grønt, man vil øke omsetningen av økologisk mat og drikke i offentlig sektor, øke antallet økologiske produsenter, øke bevisstheten hos forbrukere og mer, men det står ikke hvordan.

For punktene om melk, korn, frukt og grønt står det for eksempel at Nasjonal ressursgruppe skal utarbeide et forslag. Men hvem er de? Og hvilke tiltak vil de komme med?

På de følgende sidene møter vi faglagene som har ivret for en sterkere økologisatsing og et håndfast måltall for areal. Vi har snakket med økobønder, meierister og andre foredlere, interesseorganisasjoner, forskere og andre aktører som er involvert i dette feltet. Vi har kontaktet alle medlemmene i Nasjonal ressursgruppe, for å høre om hvilke tiltak de mener treffer. Alle som hadde anledning til å svare møter vi på de følgende sidene.

TALLET SOM ALLE VILLE MÅLBINDE

Miljøverdien i økologisk landbruk har vært godt etablert i mange tiår. Den har vært drevet fram av ildsjeler med engasjement for miljøet i en allianse mellom de som produserer og de som handler maten. Fra den norske staten fikk en forpliktelse gjennom EØS til å ta inn et økologiregelverk i norsk lov, har økologien også vært offentlig politikk.

Historien om et politisk satt måltall for økologisk produksjon er ikke nytt. I St. meld. 19 (1999-2000) «mener departementet det er grunnlag for en målsetting om at 10 % av det totale jordbruksarealet i løpet av en tiårsperiode skal være omlagt til økologisk areal». «Satsingen er integrert i arbeidet med å gjøre hele det norske landbruket til et mer bærekraftig landbruk», som det er formulert.

Året etter får vi en strategi og en handlingsplan for hvordan dette vedtaket skal imøtekommes, utarbeidet av det som da het Statens landbruksforvaltning og Omsetningsråd. I «Mål og strategier for perioden 2000–2009» pekes ut det fire hovedstrategier: Økt produksjon basert på etterspørsel, stimulere til kvalitets- og produktutvikling, øke kunnskap hos produsenter, markedsaktører, forbrukere og myndigheter og å stimulere til bedre vareflyt fra primærproduksjon til sluttmarked.

I denne strategien har man måltall for de enkelte produksjonene, men dette legges bort allerede i 2003 i revidert utgave av strategien.

Her anbefales blant annet mer forbrukerinformasjon, offentlig finansierte markedsføringstiltak og generelt mer formidling av kvalitetene ved økologisk produksjon.

Konklusjonen syntes å være at målsetting om 10 % innen seks år var innen rekkevidde selv om fasiten i 2002 var 2,5 % av arealet (samt 0,7 i karens).

To år senere, i 2005, tar Stoltenberg II-regjeringen over, og i regjeringens «Soria Moria»-erklæring løfter man måltallet for areal. I tillegg skal en andel av det man spiser også være økologisk. 15 % av den norske landbruksproduksjonen og 15 % av det norske matforbruket skal være økologisk innen 2015. Det lanseres en ny løsning i norsk sammenheng: «Det offentlige må gå foran som ansvarlige forbrukere og etterspørre miljøvennlige varer og varer som er tilvirket med høye etiske og sosiale standarder.» Målene for produksjon og konsum videreføres i Soria Moria II i 2007, men fristen flyttes til 2020. Nåværende strategi, «Fra økologisk jord til middagsbord. Nasjonal strategi for økologisk jordbruk 2025-2032» adresserer tydelige mål for å øke andelen økologisk produksjon, og kan vi få en høyere måloppnåelse med nåværende tiltaksplan? Hva kan vi gjøre bedre?



KARI MARTE SJØVIK • FOTO: MALIN LONGVA



KJERSTI BERGE • FOTO: RONJA SVENNING BERGE



OLE-KRISTIAN BERGERUD • FOTO: HEDI KIRSEY



TOR JACOB SOLBERG • FOTO: NORA MAY ENGSETH



MARTIN DALEN • FOTO: STATSFORVALTEREN I VESTFOLD OG TELEMARK



RANDI LEDAAL GJERTSEN • FOTO: KARI RAGNAR GJERTSEN



INGUNN ANSTENSRUD • FOTO: MENY



ANSTEIN LYGSTAD • FOTO: PRIVAT



KARI METTE HOLM • FOTO: STATSFORVALTEREN I VESTFOLD OG TELEMARK



ANNICKA VOGT-SVENDSEN • FOTO: KATRINE LUNKE



TURID HAGA VANGE • FOTO: BIRGITTA EYA HOLLANDER



TROND VILHELM LUND • FOTO: MARIUS RUA



INGRID ROSÉN GUREN • FOTO: LARS GULBRANDSEN



TORBJØRN TUFTJE • FOTO: AGRI ANALYSE



ANDREAS HANDELAND • FOTO: BAMA



SIGRID HERINGSTAD • FOTO: ERYK OSKAR SVERDRON



MORTEN NYMOEN • FOTO: CAROLINE RØKA



JANNINE VON DER FEHR • FOTO: STIFTELSEN HORSK-NAT



ANN KRISTIN MØSTH WANG • FOTO: NATVALGET



KRISTINE SVENNINGSSEN • FOTO: NATVALGET



IDUN BJERKVIK LEINAAS • FOTO: RANDI BORGE



ANNE AUSTREM BUNGER • FOTO: AGRI ANALYSE



LEIF MAGNE GRASTVEIT • FOTO: NATVALGET

Tiltak 1:

Vektlegge overføringsverdien fra økologisk til konvensjonelt jordbruk (spydspissfunksjonen)

I den nye strategien er dette tiltaket konkretisert til at «Regjeringen vil frem mot 2030 legge økt vekt på økologisk produksjon sin spydspissfunksjon og rolle som læringsarena for utvikling av miljøvennlige driftsmetoder».

Ideen om at økologisk landbruk skal ha en verdi for det øvrige landbruket er like lang som det har eksistert norsk politikk på området. En nedslående tolkning er at det er den eneste verdien man så i det, et slags lekegrind for bærekraftige landbrukspraksiser. En mer oppløftende en, om enn på desto mer forstemmende bakgrunn, er at man erkjenner at vi har store miljøutfordringer som vi i dag ikke løser. Som vi må løse.

Vi tar utgangspunkt i det siste.

De negative miljøkonsekvensene av norsk landbruk var kjent før 1980-tallet, men Stubsjøen-utvalget (1984 og 1986) var blant dem som løftet det inn i norsk politikk, for å velge oss et startpunkt som samsvarer noenlunde med tiden hvor økologisk begynner å få sin nåtidige form. Mange av konsekvensene var knyttet til bruk og overforbruk av kunstgjødsel.

Det er lett å se for seg miljøproblemene i Oslofjorden som noe nytt, noe for vår tid, men kanaliseringspolitikken fra 1950-tallet, ideen om å satse hardt på korn i de mest egne områdene i flatbygdene på Østlandet, var allerede merkbart som problem for femti år siden.

Tilsvarende hadde man gjort seg erfaringer med at negative miljøkonsekvenser av kjemiske sprøytemidler, og bruksvolumet var allerede betydelig redusert fra 1980- til 1990-tallet (selv om en variabel her er overgangen fra lavdosemidler som har høyere giftighet i lavere konsentrasjon).

I Stortingsproposisjon 8 (1992-1993) omtales økologisk landbruk som viktig da det er et «referanselandbruk for kunnskaps- og idéutveksling med det tradisjonelle landbruket», men det er omtrent det som står der utover at «arbeidet med å utvikle økologisk landbruk og omsetningssystemene for økologiske dyrkede produkter vil bli ført videre».

I handlingsplanen fra 1995 pekes det både på «driftsformens positive miljøeffekt» og «muligheten til å trekke veksler på arbeidet med økologisk landbruk i det generelle miljøarbeidet». Man tenker altså ikke bare som ren overføring av innsikter etter å ha utforsket bærekraftige agronomiske virkemidler, men også at «Økt omfang av en slik miljøvennlig driftsform vil bidra til å nå flere delmålsettinger innen landbrukets miljøarbeid».

Denne doble rollen til økologisk landbruk, at det både har en verdi som miljøvennlig landbruk for

seg og at det kan vise vei for det øvrige landbruket, omtales i varierende omfang i de kommende strategier og handlingsplaner. Hvilken rolle som betones mest varierer, kanskje fordi de impliserer ulike funksjoner og forventning til utvikling: Et referanselandbruk som andre kan se til for å lære seg bedre agronomisk praksis trenger ikke være stort. Et landbruk som reduserer de miljøproblemene vi må redusere er det et mål i seg selv at skal være utbredt.

COCKTAILSPYD ELLER DEN HELLEGE LANSE?

I den nye økologistrategien skal økologisk landbruk utvikle hele det norske landbruket, men dette er kun ett av ti tiltak. I dette punktet peker regjeringen både på overføring av kunnskap og praktisk erfaring mellom bønder og fra FoU-miljøet til bøndene som to varianter av kunnskapsformidling:

«Økologisk jordbruk fungerer som en kunnskaps- og læringsarena for å gjøre norsk jordbruk mer miljøvennlig og bærekraftig ved at konvensjonelle driftsformer kan dra nytte av økologiske metoder innen plantevern, dyrevelferd, gjødsling og jordhelse.»

Overføringseffekten er godt beskrevet i NIBIO-rapporten «Økologisk landbruk sin spydspiss-funksjon» fra 2015 og man finner mange gode eksempler i forrige nummer av dette magasinet, men hvor stor er bevisstheten om at et virkemiddel som hentes fra økologisk utvikling faktisk har sitt opphav derfra? Og ville denne bevisstheten være til nytte eller til hinder for overføring?

I Landbruksdirektoratets rapport om flaskehalser for økologisk kornproduksjon fra 2023 nevnes økobøndernes status som en egen flaskehals:

«I møte med bondeorganisasjonene har Landbruksdirektoratet fått innspill om at økologisk jordbruk blant en del bønder har en lavere status enn konvensjonelt jordbruk. Organisasjonene peker på at

noe av årsaken kan ligge i forholdet mellom konvensjonelt og økologisk jordbruk i utdanningen. I både videregående opplæring og høyere utdanning er det potensial for å likestille økologisk jordbruk mer med konvensjonelt. I tillegg er det fortsatt behov for mer forskning på økologisk jordbruk.»

Hvor godt kan vi lykkes med overføring av kunnskap og praktisk innsikt om den som sitter på kunnskapen har lavere status i miljøet? Og hvorfor er ikke driftsformene likestilt i utdanning av agronomer?

Det siste spørsmålet får vi kanskje ikke svar på i denne omgang, men flere av de vi har snakket med beveger seg innom temaene status og å stå alene.

– Skal du ha en overføringsverdi, må du ha en god, aktiv økoproduksjon i hele landet!

Kari Marte Sjøvik, leder i Økologisk Norge, peker på at en viktig forutsetning for tiltaket er at vi har tilstrekkelig mange økologiske bønder slik at det er noen lokalt som de andre bøndene kan snakke med. Overføringsverdien ligger på FoU-nivå, men også praktisk og jordnært mellom bønder som utveksler erfaringer.

– Dette gjelder ikke bare fra den ene driftsformen til den andre, men også internt innen økologisk landbruk. Der det er erfaringsutveksling vil også de økologiske strekke seg og utvikle drifta ytterligere. Det ser vi blant annet hvor de som har drevet «ensidig» grasproduksjon lærer av sine kolleger og er mer opptatt av variasjon og vekstskifte for å bedre jordhelsen og bærekraften også i typiske grasområder, sier Sjøvik.

Størrelse på spydspissen trekker også Kjersti Berge, fagkoordinator i Norsk landbruksrådgivning, fram. Hun viser til at et lite økolandbruk slår negativt ut, både med tanke på overføringsverdi, men også statuten til den enkelte.

Skal du ha en overføringsverdi, må du ha en god, aktiv økoproduksjon i hele landet!

KARI MARTE SJØVIK

– Når vi er nede i lavt antall bønder som driver økologisk vil man i enkelte kommuner bli sett på som ganske spesiell, om man gjør det alene. Det er nok endringer i kulturen, men det å skille seg ut tror jeg flere kjenner på fortsatt. Det er kanskje noe med generasjonene, at man kanskje møter motbør fra foreldrene man overtar gården fra, kommenterer Berge.

Det handler på et vis om sosial bærekraft.

Berge peker på at selv om det skal være stigende søkertall på økologiske utdanninger, er mange av dem som tar over bruk ikke nødvendigvis purunge og rett fra skolegang på videregående skole og høyskole-nivå. Her kan støtteapparatet spille en positiv rolle i områdene hvor bøndene har få økologiske kolleger. NLR har også tilbudet Mentorordning i landbruket som er godt egnet for produsenter som ikke driver likt med nærmeste nabo. Her får en kontakt med en produsent som har erfaring med samme økologiske produksjon. Dette kan gi nye økoprodusenter verdifull innsikt fra det økologiske fagmiljøet.

– De som overtar gården i mer voksen alder har også gode utdanningstilbud innen økologisk produksjon, men det betyr også mye hva andre sier. Vi i NLR arrangerer samlinger for produsenter der tema er økologisk produksjon. Her kan man delta både som økologisk og ikke-økologisk produsent. Det legges til rette for faglig god dialog på tvers av driftsform. Utfordringene er ofte de samme, men tilnærmingen kan være ulik. I økologisk produksjon må man arbeide langsiktig og forebyggende i større grad enn i konvensjonell produksjon. Likevel er god agronomi og tilrettelegging for god jordstruktur, biologisk mangfold osv. viktige verktøy for alle, sier Berge.

Det er flere og flere av de fremoverlente konvensjonelle bøndene som ser at de kan dra nytte av de virkemidlene som vedlegges i økologisk drift.

– For vår del handler det om å bidra til at bøndene får diskutere fag og erfaringer sammen. Da får de mer forståelse for hverandre, og jeg tror overgangen fra konvensjonelt og økologisk blir mer ufarlig på det vis, avslutter hun.

De som har fulgt avisdebattene fra sommeren kan lett få inntrykket av at skillet mellom driftsformene er steilt, men de fleste vi har snakket med har kommentert på hvor marginal debatten oppleves fra landbrukets side. Kanskje handler dette om debattformen og den litt plumpe ideen om at man må diskutere som om det skal være 100 % økologisk eller 100 % konvensjonelt, og ikke så mye om holdningene til temaet generelt. Lederen for Økologisk Norge understreker uansett at det krever en innsats fremover.

– Faglagene som pådrivere for dette økomålet har et spesielt ansvar for å mobilisere i egne rekker, sier Kari Marte Sjøvik.

Hun peker på at Jon Almaas' ytringer springer ut fra en erfaring han har gjort seg blant sine kolleger i fylket. Ole-Kristian Bergerud fra Bondelaget, som vi møter senere i dette magasinet, kontrer med at enkelte av debattens deltakere følger medielogikken hvor «utestemmen» gir en større rekkevidde, men legger også vekt på at det kanskje er enklere å gå etter de som er mindre og at en slik debatt bare er «ødeleggende for norsk landbruk».

MOTOVERFØRING

Kritikk utenfra er nå en ting. Hva så med kritikk innenfra?

«Er egentlig økologisk i tilstrekkelig grad en spydspiss», spør leder i Norsk Bonde- og Småbrukarlag Tor Jacob Solberg når vi snakker med ham. Han etterlyser praksiser mer i tråd med idealene, blant annet mer egenprodusert fôr, og oppfordrer til at man fortsetter å utfordre etablerte landbrukspraksiser, ikke for å få venner i landbruket, men resten av samfunnet.

– Jeg tror ikke økolandbruket har nådd helt gjennom med totalkretsløpsperspektivet sitt, i hvert fall ikke utenfor landbruket. Den dagen vi gjør det vil vi kanskje også se flere politiske partier aktivt omfavne driftsformen.

Kanskje kan man tolke småbrukarlagets leder like mye som et eksempel på som en utfordring til økologisk landbruk – at man etterlyser høyere ambisjoner og stiller større krav til hvordan man skal drive gård, nettopp i et kretsløp. Hvordan dette kan konkretiseres finnes det flere måter å svare på, men han trekker blant annet frem et dagsaktuelt aspekt, nemlig beredskapen.

– Jeg savner et punkt om hvordan vi kan styrke den beste delen av økologien, den som er mest mulig selvforsynt. I Østfold har vi hatt et prosjekt på å lage melk med bare norsk fôr. Sånt er krevende, men vi må løfte blikket og bryte med standardhistorien om hvordan ting skal gjøres. Slik blir vi mer relevant og når lengre ut.

En som er inne på noen av de samme tankene er Mira Beckstrøm Laurantz, daglig leder i Biologisk-dynamisk Forening. Hun mener at vi, for å nå 10 %-målet og samtidig skape bærekraft i et langtidsperspektiv, må gå enda dypere til verks. Biodynamikken handler ikke bare om fravær av kjemikalier, sier hun, men om å bygge levende, selvbærende gårdssystemer for fremtiden.

– I biodynamikken ser vi på gården som et lukket

kretsløp og gården søker å være mest mulig selvforsynt med gjødsel, fôr og frø, og dermed mindre avhengig av importerte innsatsmidler. Dette støtter nasjonal matsuverenitet og bærekraft, og reduserer klimaavtrykk. I norsk sammenheng kan dette være særlig aktuelt i distriktene, hvor mange gårder allerede er små og mangfoldige. Statlig tiltak vil være å gi støtte til integrerte driftsformer og lokale samarbeid der gårder deler gjødsel, kompost og såfrø.

Men uansett hvem vi når og hvem som føler seg truffet: Dette «spydspiss»-ordet er litt krigersk. Selv om ingen i metaforen står på den spiseenden av spydet, men inngår i skaftet eller hva nå enn som er tenkt, er det kanskje et litt uvennlig bilde. Da er det fint å lese i innledningen i den nye handlingsplanen til Vestfold og Telemark hvor det helt enkelt og likefremt står at «økologisk og konvensjonelt landbruk er ikke tenkt å konkurrere med hverandre. Økologisk landbruk skal fungere som et forbilde ved å ta i bruk nye, miljøvennlige løsninger i landbruket, som konvensjonelt landbruk også kan ha nytte av.» Om forbilde er mer spiselig skal være usagt, men vi blir naturligvis nysgjerrig på hvor de får ideen fra.

– Det er litt derfor vi skrev det slik i handlingsplanen: At det er en oppfatning ute i verden, og de kan bli sett på som konkurrenter. Formuleringen er ikke noe vi har funnet på. Den er tatt fra Innovasjon Norge sin policy om at man støtter økologisk landbruk, så skal det sees på som en indirekte støtte til alt landbruket i Norge ved å fremme og utvikle nye miljøvennlige landbrukspraksiser, kommenterer Martin Dalen hos Statsforvalteren i Vestfold og Telemark.

Kanskje blir det viktig når regjeringen nå skal vektlegge overføringsverdien fra økologisk til konvensjonelt at det ikke bare blir en klinisk og upersonlig «overføring», men heller at løfter man en, løfter man alle?



Økologisk som spydspiss

En vei ut av kjemikalieavhengigheten

Norsk matberedskap handler ikke bare om volum, men også om hvordan maten produseres. Når stadig flere kjemiske plantevernmidler fases ut, blir erfaringene fra økologisk landbruk en nøkkel til å sikre framtidig matsikkerhet. Med naturens egne løsninger – nytte dyr, mikroorganismer og digitale verktøy – kan vi bygge et mer robust og bærekraftig landbruk som tåler både klimaendringer og urolige tider.

Tekst: SILJE STENSTAD NILSEN
BIOLOG OG GRUNNLEGGGER AV BIOLOGISK AS



ØKOLOGISK SOM INNOVASJONSARENA

Regjeringens nye økologistrategi slår fast at økologisk produksjon skal være en spydspiss for utviklingen i hele landbruket. Det er ikke bare en visjon – men et kraftig signal om at tiden er inne for å ta i bruk naturens egne løsninger.

Som biolog og rådgiver i biologisk plantevern ser jeg hver uke hvordan kjemiske plantevernmidler kan erstattes av naturbaserte metoder. Samtidig opplever jeg hvor lang tid det tar å få godkjent nye biologiske midler – en flaskehals som bremser både innovasjon og konkurransekraft.

Økologisk produksjon har alltid vært tvunget til å tenke nytt. Når kjemikalier er utelukket, må man forstå plantenes biologi, samspillet i jorda og hvordan nytte dyr, mikroorganismer og fysiske tiltak kan brukes aktivt. Denne kunnskapen er i dag helt nødvendig også i konvensjonelt landbruk.

For hva skjer når de kjemiske midlene fases ut – enten fordi EU forbyr dem, eller fordi skadedyrene blir resistente? Da blir erfaringene fra økologiske bønder avgjørende. Ikke som idealisme, men som konkret innovasjon.

BIOLOGISK PLANTEVERN – FRA VEKSTHUS TIL FRILAND

Biologisk plantevern har vært i bruk i norske veksthus siden 1980-tallet. Nyttedyr, nyttesopp og naturlige fiender er i dag standard i tomat, agurk, krydder, og i økende grad også i blomster – både økologisk og konvensjonelt.

Utfordringen er at norske produsenter har færre godkjente nytte dyr og biologiske midler å velge i enn kolleger i andre europeiske land. Strengt regler er bra, men når det tar 5–10 år å få godkjent et biologisk middel, står norske bønder ofte uten verktøy i kritiske situasjoner.



I Europa ser vi nå en sterk vekst også i frilandskulturer. I Norge er vi bare i startgropa – men potensialet er stort dersom vi får teste og bruke flere biologiske alternativer.

HVA SKAL TIL?

1. Raskere godkjenning av biologiske alternativer. Dette er den største flaskehalsen for innovasjon.
2. Støtte til bønder som vil teste nye løsninger. Økologiske produsenter kan være testpiloter for metoder som senere skaleres opp i konvensjonelt landbruk.
3. Digitale verktøy for smartere bruk. Ved å kombinere biologisk plantevern med digital overvåkning kan innsatsen bli mer målrettet og dokumenterbar. Det gir trygghet både for bønder og forbrukere.

NORGE KAN BLI BEST I KLASSEN

Vi har naturgitte fortrinn: rent vann, kaldt klima, småskala produksjon og høy tillit. Norge kan bli best i klassen på naturbasert plantevern – men da må vi satse. Det betyr raskere godkjenning, mer kunnskapsdeling og investering i digitale løsninger.

For det er nettopp i skjæringspunktet mellom økologi, biologi og teknologi at framtidens landbruk tar form. Og det er der løsningen på kjemikalieavhengigheten ligger.



Foto: ASKELAND STUDIO

SILJE STENSTAD NILSEN
BIOLOG OG GRUNNLEGGGER AV BIOLOGISK AS

BIOLOGISK AS

- Norsk selskap etablert i 2022, med base i Tønsberg
- Leverer nyttedyrr, mikrobiologiske midler og digitale verktøy til både økologisk og konvensjonell produksjon
- Enerett i Skandinavia på IPM Scoutec (digital registrering og analyse av skadedyr)
- Tilbyr også Trap-Eye (automatisert avlesning av limfeller) og PATS-C (kameraovervåking av flyvende insekter)
- Hovedfokus er å bruke nyttedyrene så smart som mulig, kombinert med digitale data og dokumentasjon for økt bærekraft
- Arbeider for mer utvikling av biologisk plantevern på friland
- Har kunder over hele Norge innen tomat, agurk, bær, urter, prydplanter og grønnsaker

Tiltak 2:

Styrke Nasjonal ressursgruppe

Nasjonal ressursgruppe er et barn av den forrige økologistrategien fra 2018, og var et av to «strategiske hovedgrep» for å samordne innsatsen «mellom ulike aktører og organisasjoner som jobber med økologisk mat i ulike deler av verdikjeden». «Dialogforum for økologisk jordbruk» het det grepet fram til Landbruks- og matdepartementet i 2021 landet på «Nasjonal ressursgruppe for økologisk jordbruk», en sammenslåing av dialogforumet og den nasjonale ressursgruppa til prosjektet Landbrukets Økoløft.

Fra evalueringen av 2018-strategien, med undertittelen «gode intensjoner – lite handling», ble forumet kritisert for å mangle nettopp handlekraft utenfor møterommet. Endringen i form fra 2021 hadde gitt noen resultater, men ressursgruppa «fungerer mer som en informasjonsutvekslingsarena. Det utvikles ikke konkrete tiltak og oppfølgingspunkter. Møtene i ressursgruppen gir dermed ikke opphav til handling i ettertid.»

Trenger vi Nasjonal ressursgruppe? Randi Ledaal Gjersten fra Bondens marked mener det.

– Som møteplass får du mye informasjonsutveksling på kryss og tvers for aktører som ikke nødvendigvis møter hverandre i samlet flokk så ofte. Akkurat det kan være viktig i seg selv. Vi må koordinere og finne en god rollefordeling slik at vi samkjører oss og ikke trækker rundt i hverandres blomsterbed.

Småbrukarlagets Tor Jacob Solberg mener det samme, men av en annen grunn.

– Jeg tror det er en styrke at vi har den arenaen, og

ikke en svakhet. For alternativet er jo at vi ikke hadde hatt noe, eller at faglagene i jordbruksoppkjøret alene skal holde i det. Vi i faglagene skal representere mange og må veie ulike hensyn mot hverandre. Statens rolle i jordbruksoppkjøret er ekstremt viktig, særlig når det kommer til økologien.

I så fall er kanskje møtet mellom staten, faglagene og resten av organisasjonene i ressursgruppa viktig for å løfte flere saker i ett fora. Samtidig kan man kritisere sammensetningen av gruppen for å mangle de det i stor grad handler om, bøndene. Ingunn Anstensrud i Den Sorte Havre etterlyser at primærprodusentene i stor grad bli hørt.

– Det er så viktig å ha med de med skoen på – det virket godt for lokalmatstrategien. Med den tok man med seg produsentene på råd, og det er spesielt viktig for økologisk.

Det samme melder Bondelagets Ole-Kristian Bergerud.

– Vi har flere små som foredler økologisk korn, men



Illustrasjonsbilde: BIRGITTA EVA HOLLANDER

de blir gjerne ikke med i slike sammenhenger fordi de ikke har et vesentlig volum, men det er jo saken: Økologisk har jo ikke stort volum nå, og spørsmålet er om de burde vært med. Det er jo de som foredler økokornet og jobber for det mer spesialiserte som gjerne økologisk står for, som urkorn.

Jordbrukerne er representert gjennom faglagene, kan man innvende, men som Solberg er inne på: Det er mange hensyn å ta. Klarer man å ivareta dem planen sier det skal bli flere av, økobøndene?

I evalueringen ble det utdelt mer ris: Der ble «Den politiske ledelsen til Landbruks- og matdepartementet» oppfattet «som noe 'lunken' til arbeidet», noe som ifølge respondentene til evalueringen gikk utover «trykket på å stimulere til økologisk produksjon». De som har vært inne på temaet, har gitt den nye statsråden ros for et engasjement varmere enn det som ble meldt i evalueringen, og i dette tiltakspunktet i den nye strategien henviser man til nettopp evalueringen hvor man savnet et tydeligere mandat for gruppen. Svaret er å invitere medlemmene i ressursgruppa til å inngå intensjon-

savtaler med egne ambisjoner og forpliktelser «som bidrag til å nå målet om 10 pst. økologisk jordbruksareal og økt omsetning av økologisk mat og drikke innen 2032».

Flere av de vi har snakket med har etterlyst sterkere incentiver for ressursgruppens medlemmer til å ønske større norsk økologisk produksjon. Kanskje kan intensjonsavtalene bidra til et sterkere ønske om å lykkes?

– Fram til nå har vi vært mest opptatt av at alle skal være med i gruppa, i samtalen, og det er neppe kontroversielt å si at ikke alle er like ivrige på økt økoproduksjon, men fremover kan det nok kanskje hende at flere kjenner mer på motivasjonen. Jeg regner med at om en aktør ikke vil signere på en intensjonsavtale, er det ingen grunn til å være med i ressursgruppa, sier Kari Marte Sjøvik.

Kompromissløst kanskje, men også fornuftig. Slik kan og bør det kanskje også være når man representerer rollen som interesseorganisasjon på vegne av både bønder og forbrukere som ønsker mer økol-

Den nye strategien og en mer forpliktende holdning til hva man skal oppnå for økologisk landbruk vil gjøre vår jobb enklere!

KARI METTE HOLM

ogisk. Men hva med dem som ikke lager sine egne intensjoner? De som skal leve ut statens mål på fylkesnivå, statsforvalteren?

Fra Anstein Lyngstad i Statsforvalteren i Trøndelag gis det tommel opp til forpliktende formuleringer fra aktørene i markedet og at man har en tipunktliste i strategien. Er ikke listen for uforpliktende? Ikke for Statsforvalteren.

– Vi får en instruks med liste over det vi skal gjøre fra Landbruks- og matdepartementet som også gir Statsforvalterne noe handlingsrom. Den kan tolkes ut ifra forutsetningene i fylket. Det at vi får en liste på ti punkt vil virke positivt på hvor mye statsforvalteren i flere fylker jobber aktivt med det. Uten et klart mål og vagere bestilling som følge av den forrige strategien, var det også dalende engasjement.

Dette istemmes fra Kari Mette Holm hos Statsforvalteren i Vestfold og Telemark:

– Noen av fylkene har en handlingsplan for økologisk landbruk, men ikke alle, og vi kan ikke svare for alle fylkene. For oss i forvaltningen vil intensjonene komme fra departementet. Den nye strategien og en mer forpliktende holdning til hva man skal oppnå for økologisk landbruk vil gjøre vår jobb enklere!

Ifølge departementet skal intensjonene til de ulike medlemmene i gruppa meldes inn i løpet av denne høsten, før denne saken står på trykk. Intensjonen skal si noe om hvordan den enkelte vil bidra til målet om 10 % økologisk areal innen 2032 og økt etterspørsel og omsetning av økologisk mat og drikke, og man skal årlig rapportere til ressursgruppa og departementet på fremdrift og resultater. Dette skal også synliggjøres på gruppe-medlemmenes egne kommunikasjonsflater og på nettsiden okologisk.no.

Kors på halsen, ti kniver i økohjertet.

Hvem sitter i ressursgruppa?

BAMA, Biologisk-dynamisk Forening, Bondens marked Norge, Coop Norge, Debio, Debio Marked, Felleskjøpet, Gartnerhallen, Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund, Landbruks- og matdepartementet, Landbruksdirektoratet, Landbrukets Økoløft, Mattilsynet, Matvalget, Naturbruksskolenes forening, NIBIO, Norges Bondelag, Norges Bygdeungdomslag, NorgesGruppen, Norgesmøllene, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Norsk Landbruksrådgiving, NORSØK, Nortura, REMA 1000, Rørosmeieriet, Statsforvalteren (representert fra Trøndelag, og Vestfold og Telemark), Stiftelsen Norsk Mat, TINE og Økologisk Norge.

Alle har blitt forespurt å kommentere på denne saken, samt noen til.

Tiltak 3:

Økt omsetning og produksjon av økologisk melk

I år har både Rørosmeieriet og TINE meldt om høy omsetning av økologisk melk. Norsk melkeråvare, tidligere TINE Råvare, melder samtidig om at de har for lite økologisk melk å tilby.

En gang var det ikke slik.

Mot slutten av 1980-tallet kunne man på enkelte gårder kjøpe fersk økomelk, men ingenting var tilgjengelig i dagligvare. Påbudet om at kun pasteurisert melk kunne omsettes var mulig å unngå fordi bestemmelsen inneholdt formuleringen: «Som unntak fra dette krav kan det fra gård eller seter omsettes upasteurisert melk direkte til forbruker for bruk i egen husholdning. Dette unntaket gjelder bare dersom omsetningen skjer tilfeldig og ikke har preg av butikksalg.»

Historien om hvordan økomelka fant veien til butikken kan vi lese i «Historien om økologisk landbruk i Norge» av Emil Mohr og Morten Ingvaldsen som kom ut i 2022:

Spede forsøk på å få på plass en ordning i 1988 og 1991 førte ikke frem, men «Samarbeidsutvalget for omsetning av økologisk melk», stiftet i 1991, hadde en skjellsettende busstur til Sverige to år senere som skulle få fart i sakene. På studiereisen til Karlstad besøkte utvalgets medlemmer, Produsentlaget, Debio og TINE, Arla Meierier. Svenskene var allerede på dette tidspunktet kommet betraktelig lengre, og det gjorde inntrykk på deltakerne å høre om hva de hadde fått til. I 1993 var det ennå uklart

om Norge ville tre inn i EU som følge av den kommende folkeavstemningen året etter. Vi gir ordet til Mohr og Ingvaldsen:

«En uttalelse fra Arla førte nok til ettertanke hos norske deltagere. Arla ga uttrykk for at det ville være like enkelt å transportere økologisk melk fra Karlstad til Oslo, for omsetning på det norske markedet slik et norsk medlemskap i EU ville gi adgang til, som å transportere melk fra Karlstad til Stockholm. Hvorvidt dette førte til større fremdrift i planene hos TINE, skal være usagt.»

Uavhengig av årsak begynte en ball å rulle, og i januar 1995 lanserte TINE Dalsgården lettmelk, økologisk lettmelk fra Øvre Romerike og Glåmdal-regionen. Satsingen ga resultater, og i 1999 dekket distribusjonen hele landet og det økologiske meierisortimentet økte.

I 2001 ble det produsert 14,9 millioner liter økologisk melk. I 2024 er tallet 43,6 millioner liter, ifølge Landbruksdirektoratets årlige rapport. Anvendelsesgraden, altså hvor mye av den økologiske melken som faktisk blir omsatt som økologisk, ligger i 2024 på 69 %. Det er høyere enn foregående



Illustrasjonsbilde: IDUN B. LEINAAS

år hvor andelen har vært nærmere 50 %, men her spiller det også inn at Norsk melkeråvare avsluttet kontrakten med flere økologiske melkeprodusenter i vestlige og nordlige fylker, noe som gjør at prosentandelen øker.

I 2000 la TINE ned sin avdeling på Røros, noe som førte til stiftelsen av Rørosmeieriet januar året etter, godt støttet av TINE Midt-Norge. Det er i dag disse to som produserer økologisk melk, og det er naturlig at vi får innsikt i hva de tenker skal sikre at den nye økostrategien lykkes.

SAMVIRKET

Spør vi TINE peker de både på lønnsomhet og betalingsvilje, men også langsiktighet.

– Strategien bør bygge på realisme, markedsinnsikt og virkemidler som sikrer lønnsomhet for både bonden og industrien, kommenterer Annicka Vogt-Svendsen i TINE Marked.

– Skal økologisk melk være et reelt og langsiktig alternativ, må det være samsvar mellom prisen forbruker betaler og kostnadene bakover i verdikjeden til og med bonden. Det trengs også målrettede rammevilkår som støtter opp under bondens innsats.

Det er i stor grad et økonomisk anliggende, skjønner vi, men Vogt-Svendsen viser også til at endringer i økomarkedet ikke bare handler om etterspørsel, men også omleggingsfaser, karenstid og stabilitet for aktørene.

– Det tar tid å legge om til økologisk drift, og vi vet at markedet fortsatt er i utvikling.

Vogt-Svendsen peker på at økte pristilskudd vil gjøre det mer lønnsomt å legge om til og drive økologisk melkeproduksjon, og dette kan bidra til vekst for økologiske meieriprodukter.

Men en ting er selve produksjonen og foredling til økologiske meieriprodukter. Noen må også frakte den fra gården. Norge er et langt land, og Norsk melkeråvare, som er de som henter melka, får ros av flere av de vi snakker med for at de faktisk reiser rundt i hele landet. Samtidig møter vi også de som ser behov for å legge bedre til rette og skape stabilitet for økologisk produksjon.

ØKOBONDEN

En av dem er melkebonde Turid Haga Vange som driver Vange gard i Vik i Sogn. Foreldrene la om til økologisk i 1989, og hun har drevet gården selv

siden 2013. Gården er plassert nord for Bergen og dermed utenfor satsingsområdet til Norsk melkeråvare, men Vange får fortsatt betalt på lik linje med de som får anvendt melka si. Bruken av melka som ikke-økologisk er rett nok ikke ny: Gårdens produksjon har ikke vært anvendt økologisk siden 2010. Det er en produksjon på 290 000 liter hvor en mindre del går til en lokalforedlingskvote, og det er kun denne siste delen som anvendes som økologisk. Selv om hun kanskje kunne ønsket at all melka ble omsatt som økologisk, er denne situasjonen ikke nødvendigvis entydig negativ.

– Etterspørselen etter økomelk går opp. Når du når metningspunktet på Østlandet enten på interesse for omlegging eller at det tar for lang tid å legge om, ja da har du en buffer på vår side av landet, en råstoffreserve. Vi ligger ikke gravgrendt til: Det er to og en halv times kjøring til mottak både på Flesland og Byrkjelo!

Ikke bare representerer de en beredskap for endringer i råvareetterspørselen, men de er et fundament og en aktør å bygge et miljø rundt om TINE skulle ønske å starte ei økologisk tappelinje på en av de to stedene. For miljøet er viktig.

– Vi må ha økologisk melkeproduksjon i hele landet og da trenger vi et levende økomiljø lokalt! Som inspirasjonsbonde i Landbrukets Økoløft så er det klart for meg at vi trenger økokompetanse i de ulike landsdelene. De naturgitte forholdene er ikke like over hele landet. Skal vi hjelpe hverandre, må de etablerte økobøndene kjenne de lokale forholdene.

Vange savner er mer langsiktighet i hvordan man forvalter den økologiske melkeproduksjonen i landet.

– Jeg er for samvirkemodellen, men utviklingen de siste årene er ikke tillitsvekkende. Hvilket signal

sender du ut når du sier opp avtaler og ikke er leveringsdyktige på råvare? Status for oss i dag er at vi har gode vilkår gjennom tilskuddene, men vi har en svært usikker fremtid. De som mistet kontrakten sin nå sist sør for Bergen fikk et varsel på et og et halvt år. Det kan skje oss også.

Vange mener at eksempelets makt er vesentlig om man skal ha noen sjanse til å nå 10 %-målet.

– Usikkerhet gir ikke gode arbeidsvilkår for oss, og det er ikke et godt utgangspunkt for å rekruttere flere økomelkeprodusenter. Hvis vi skulle miste tilskuddet og må legge om til konvensjonelt av økonomiske grunner, hvilke signaler sender det til naboen? «Jaja, da måtte de også gi opp etter 40 år, dette er ikke liv laga.» Slikt er ikke produktivt.

Utover forutsigbare kontrakter savner melkebonden en bedre kommunikasjon innad i landbruket og utad.

– Det er flere forhold som bør tas tak i: Ett er myten om at økobøndene er en økonomisk belastning for felleskapet. Denne må avlives av samvirket og de store aktørene. Merprisen er bakt inn i prisen til industrien, det TINE og Rørosmeieriet betaler. Når det ikke kommuniseres tydelig hva som er realitetene, blir produsentmiljøene satt opp mot hverandre.

– Et annet er kommunikasjonen mot forbruker som ikke makter å snakke positivt om økologisk produksjon uten å måtte besvergende også melde at konvensjonelt er bra. Frykten for at noen skal føle seg tråkka på tærne er ikke sunn og den er et hinder for et mer helhetlig landbruk i Norge. Jeg mener det vi kan levere på i Norge bør vi også omsette i Norge. Det er et gode også for konvensjonelle bønder at vi er leveringsdyktige på økologisk melk. Er vi ikke det, blir det import.

ØKOMEIERISTEN

Poengene til Vange gir gjenklang hos Trond Vilhelm Lund, meieribestyrer ved Rørosmeieriet:

– Det har versert et rykte om at konvensjonelt melkeprodusenter finansierer økologisk, men det stemmer ikke. Det var kanskje rett på 90-tallet, men spør du Norsk melkeråvare nå er det slutt på det. Økologisk produksjon bidrar til merpris til den norske bonden.

Dette er egentlig et av svarene på det både faglag og stat har lurt på: Hvordan kunne bøndene få bedre betalt? Lund kan fortelle at da Landbruksdirektoratet bestemte at økobonden skulle få et direkte tilskudd, bidro dette til at Norsk melkeråvare kunne betale mindre for ikke anvendt økomelk, da noe av merbetalingen ble dekt av økotilskuddet. Dette ga reduserte priser til TINE og Rørosmeieriet. Økomelk blir mer konkurransedyktig. Landbruksdirektoratet har ønsket at det skal være mulig å produsere økologisk selv om produktet ikke er anvendt fordi det er noe med driftsformen som er ønskelig. Det er altså ikke et nederlag at varer ikke blir omsatt som økologiske fordi det bidrar fortsatt til et mindre fotavtrykk. Det er miljøfordelene i råvareproduksjonen som er det vesentlige, ikke hva det selges som.

Denne endringen i kostnadene har også gjort det mulig for Rørosmeieriet å gjennomføre markedskampanjer. Lund etterlyser flere helkvedavtaler som gjør det enklere å løfte de økologiske produktene.

I dag er driften på meieriet god, men lav tilgang på råvare er et hinder.

– Vi har tilgang til for lite råvare. Alt som er realistisk mulig å selge som økologisk blir solgt som økologisk i dag etter at etterspørselen har økt. Det

er komplisert å skalere opp når kostnadene skal tas ut i verdikjeden, og Rørosmeieriet kan ikke kjøpe overskudd fra Rogaland eller Nord-Norge på grunn av avstandene. Her håper jeg noen begynner med lokal foredling, kanskje av økologisk hvitost?

Lund har flere konkrete tiltak som han mener kan bedre produksjons- og omsetningsvilkårene for økologisk melk i Norge, blant dem lokal foredling.

– Staten kan øremerke midler til lokalmat nord for Trøndelag og Vestlandet sør for Bergen hvor Norsk melkeråvare ikke henter økologisk melk for å stimulere og beholde økoprodusentene i de områdene. Skulle det bli attraktivt for TINE å starte opp igjen i Harstad f.eks., vil de i så fall ha et eksisterende økomiljø der.

Stabil råvaretilgang og en akseptabel prisforskjell er det Rørosmeieriet trenger for å ta sin del av ansvaret for å nå 10 %-målet, melder Lund, men også at man jobber sammen.

– Vi har veldig tro på at målet kan nås for potensialet er stort. 10 % av melka produsert i Norge alene er 150 millioner liter. Det er seks ganger mer enn det vi tar inn i dag. Vi er en liten aktør og vi trenger at også andre bidrar. Vi kan ikke dra lasset alene.

Og for å kunne jobbe sammen må vi ville hverandre godt.

– Det norske landbruket bør være stolt av spydspissen sin. Jeg synes det er underlig hvordan noen kaster stein på andre og vil rakke ned på økologisk, en ganske liten minoritet. Det er ikke konkurranse mellom økologisk og konvensjonelt. Begge deler er del av det samme norske landbruket. Hvis vi kan lande i den forståelse, er det kanskje det viktigste tiltaket. Noen bør gå i seg selv, fra begge sider, og finne ut hva vi er enige om og så heie på det.

Tiltak 4:

Økt omsetning og produksjon av økologisk korn

«Økologisk korn – har du råd til å la være?» sto det på en brosjyre fra 2008 som skulle mobilisere til økologisk korndyrking. «Er øko-bonden en sjølpiner?» sto det året før i fagbladet *Bedre Gardsdrift*. Begge deler handler om prosjektene *Økokorn Oslo og Akershus* og *Fellesløft for norsk økologisk matkorn*, sistnevnte et helkjedeprosjekt. Vi følger selvpinersporet litt.

I rapporten «Økt norskandel i økologisk fôr» fra 2023 identifiserer Landbruksdirektoratet et vell av flaskehalsar for økologiske kornproduksjon: Økologisk kornproduksjon er mer agronomisk krevende, noe som er avskrekkende for vordende økokornbønder. Det er utilstrekkelig kompetanse på økologisk korn i rådgivningsapparatet. Den mer agronomisk krevende driften innebærer større fysisk tilstedeværelse over tid, noe som ikke er forenelig med blant annet deltidsbruk. Videre er et godt vekstskifte nødvendig for å forebygge ugras, sykdom og skadedyr, samt at det nærer jorda – siden korn tærer jorda, som det heter i rimet. Press på å rasjonalisere drifta er et hinder for å kunne ha en diversifisert drift med ulike produksjoner, og samarbeid mellom spesialiserte økobønder er komplisert mange steder med for lange avstander mellom økobøndene. Det var kun de agronomiske flaskehalsene. Det fortsetter med utfordringer hos kornprodusentene og hos kornmottakene og kraftfôranlegg. Det er så man kan få pustebesvær.

Økologisk korn utgjør omtrent 1 til 2 % av den totale kornproduksjonen i Norge. Det aller meste brukes som fôrkorn (80-90 %). Det er ikke helt unaturlig at man bruker korn til fôr siden det er et krav i økologiregelverket at man skal tilby dyrene

selv- eller nærprodusert fôr, et krav som ble skjerpet i EU-regelverket i 2022, men det er jo også etterspørsel etter økologisk korn til menneskefôr.

Hva skal vi så gjøre med økologisk korn? Landbruksdirektoratet har to forslag: Det første er å rendyrke spydspissfunksjonen, noe som innebærer å videreføre dagens system, men bruke tilskudd for å stimulere til økt produksjon, investering i mottak, stimulere til utveksling av husdyrgjødsel og mer. Det andre er å effektivisere verdikjeden for økologisk korn, noe som innebærer å bryte med kanaliseringspolitikken og legge til rette for større grad av kretsløpsdrift.

Vi har snakket med tre ulike kornprodusenter, tilfeldigvis alle fra Østfold, fylket med nest høyest økologiandel på hele 8 % i 2024, altså kun to prosentpoeng fra å nå 10 %-målet. Ingen av dem fremstår som utpregede flagellantar, men alle har klare meninger om hvilke tiltak som kan føre oss nærmere 10 %-målet og tiltak for økt produksjon og omsetning av økologisk korn i Norge.

Å VALSE VEIEN FOR 10 %-MÅLET

Vi starter med en av dem vi har å takke for at det finnes et 10 % mål i dag, styremedlem i Bondelaget,



Ole-Kristian Bergerud. Gjennom 25 år har Bergerud gård vært drevet økologisk med korn og ammeku, siden 2004 av Ole-Kristian selv.

– I løpet av de siste tjue årene har jeg fått med meg både opp- og nedturer, kan du si, og nå føler jeg nedturen har vart ganske lenge. Da 10 %-målet kom gjennom Stortinget i år, ble jeg glad og lettet. I all beskjedenhet tror jeg ikke det hadde kommet inn om ikke Bondelaget hadde løftet det, og forslaget innad i organisasjonen kom fra oss i Østfold.

Ingri Rosén Guren var den som representerte fylket og lanserte forslaget som fikk gjennomslag i Bondetinget. Henne møter vi senere.

– Poenget med å ha et måltall er at det er skjerpende, for politikere og for aktørene i verdikjeden – og oss. Det er viktig at det tydelig anerkjennes fra politisk hold, og fra oss i faglaga, at vi ønsker økologisk landbruk i Norge. Den vanskeligste delen å jobbe med i hele økospørsmålet er sånne endimensjonale konflikter som den som har blusset opp nå med steile fronter. Det er en del som er litt for hårsåre. Vi må kunne klare å snakke positivt om hele landbruket og jobbe sammen om hvordan vi kan gjøre hele landbruket bærekraftig.

Konkret for kornproduksjonen er det logistikken og mottak Bergerud mener er mest utfordrende.

– Det bør ringe noen store varselklokker når økokornbønder melder at de ikke kan fortsette på grunn av logistikkproblemer. Vi har jo egentlig bare Felleskjøpet som kornkjøper av volum, som skal ta alt. Vi har også flere mindre mottak, men fordelt over landet er det i dag bare Felleskjøpet. Jeg skulle gjerne sett at aktørene i verdikjeden selv løste dette heller enn at staten går inn, men jeg tror ikke de ser seg råd til det. Det offentlige må innta en mer aktiv rolle og være motoren i det hele, dels for å skape sta-

bil etterspørsel som innkjøper, men kanskje mest som tilrettelegger for alternative logistikk- og mottakssystemer.

Vi spør om det er ett enkelttiltak som han vil dele med oss. Svaret er kontant:

– Havregryn. Havregryn er enkelt å produsere i Norge og enkelt å produsere økologisk. Likevel er det nesten ikke mulig å få tak i det norskprodusert økologisk. Hva om vi i felleskap sa at all havre vi selger i Norge skal være norskprodusert og den skal være økologisk? Det kunne Sandtrøen sagt tydelig at han ønsket. Det ville fungert.

EN EGEN HAVRESORT

Noen som driver med havre, rett nok svarthavre, er gründere Ingunn og Johan Anstensrud fra Tvetergård i Våler i Østfold. De står bak merkevaren Den Sorte Havre, som er en serie med havreprodukter basert på urkornet svarthavre. De har investert i eget kornmottak på gården for å ta imot svarthavre fra andre dyrkere, og i fjor var det 25 dyrkere, hovedsakelig fra Østfold, men også fra andre siden av Oslofjorden og opp til Toten, som dyrket svarthavre til Den Sorte Havre. På egen gård driver de selv økologisk, og cirka 80 % av gårdene som dyrker svarthavren for dem er fulløkologiske. Noen er i karens, men alt råstoffet er usprøytet.

– Vi startet med urkornet svarthavre på egen gård for 10 år siden og dro så rundt til dagligvarekjedene. Norgesgruppen syntes det var interessant med urkornhavre og lot oss få prøve oss i et knippe MENY-butikker, og det gikk så bra at vi etter et par år gjorde oss fortjent til fast hylleplass, eller såkalt pliktig utvalg i MENY. Nå har vi også fått pliktige koder i andre kjeder.

Veien inn i dagligvarekjedenes hyller går gjennom frivillig sortiment, hvor butikkene selv kan ta det



Illustrasjonsbilde: DEBIO / ESPEN SEIERSTAD

inn hvis de vil, noe som gjerne forutsetter at de kjenner til produsenten eller produktet. Det neste steget er å bli definert som pliktig vare, altså noe som skal være fast i alle butikkene. Når man dit, har man skutt gullfuglen.

Det har ikke vært mulig for paret å mette all etterspørselen etter svarthavre selv og løsningen for å skalere har vært å skape en egen og profesjonalisert verdikjede med alt fra såkorn som dyrkerne får gratis og eget kornmottak der produsentene får svært god service når de kommer for å levere. De tilbyr også tresketjenester for nærliggende bønder som ikke har eget utstyr.

– Svarthavre er et smakfullt produkt med mange gode egenskaper, og siden det er et uberørt urkorn er det ikke avlet for å gi mest avling på målet slik hvit havre er. Det som derimot kjennetegner den er at den har bevart sine opprinnelige egenskaper, noe som er gunstig i økologisk sammenheng fordi denne planten har måttet overleve uten plantevernmidler og stråforkorting. Den er robust og meget godt tilpasset vårt klima. Men siden den da gir mindre avling enn en del andre kornsorter, kompenserer vi våre bønder med et svarthavre-tillegg pluss at vi også bekoster såkornet.

Den Sorte Havre garanterer også at de kjøper alt produsentene dyrker, uansett hvordan høsten gikk. Det er gjerne i det samme værvinduet alle skal treske åkeren. Alle kornbønder som ikke har egen tørke og

lagringsplass må få kornet raskt levert, noe som kan være utfordrende om man som liten økoprodusent må vente på at møllene får tid til å ta ditt produkt. Det unngår bøndene under denne paraplyen.

Alt kan ikke løses innenfor en merkevare, og Anstensrud har flere punkter hun mener er spesielt vesentlig for økologisk kornproduksjon.

– Mange produsenter har vært interessert i og ønsket å dyrke økologisk, men har opplevd at de ikke får nok igjen for det. Vi trenger at lønnsomheten til primærprodusentene står i forhold til innsatsen. Skal vi nå et 10 %-mål må vi stimulere både de potensielle økologiske produsentene og mottakene slik at de vil prioritere å ta inn norskdyrket økologisk korn. Det må legges mer til rette for samarbeid mellom ulike aktører i vekstskiftene slik at de blir utnyttet godt. Nettopp for å jobbe bedre sammen om vekstskiftene har Den Sorte Havre og Holli mølle gått sammen for å nå ut til økologiske dyrkere gjennom en felles årlig dyrkerkonferanse. Det ene året kan bonden ha økologisk spelt på et gjorden, og et annen år økologisk svarthavre. Det gir bøndene flere muligheter.

I en overgangsperiode må det rendyrkes rene økologiske verdikjeder for å unngå flaskehalser, mener Anstensrud. Det bør også settes en minimumstoll som sikrer at det ikke lønner seg å importere økologisk korn fremfor å kjøpe norsk, og de økologiske produktene må aktivt fremsnakkas i markedet.

– I dag er det for lett å få importert økologisk korn, og det mangler incentiver til å ønske norskprodusert fremfor billigere importert korn. Vi bør spørre oss hvorfor landene rundt oss gjør det så mye bedre enn oss på økologisk. Finnene lå jo dårligere an enn oss for noen år siden og nå har de passert oss. De er selvforsynt med korn og det var vi også for ikke mange år siden på havre.

I dag går det meste av økohavren som produseres til dyrefôr og havre til mennesker blir i stor grad importert ferdig sortert. Man kan selvfølgelig peke på at nye økologiregler stiller strengere krav til lokal forandel, men også en bransjestandard hvor matkvalitet definert som korn i standardstørrelse, ikke i kvalitet som spiselig produkt, er et hinder.

Ideene er mange og Anstensrud avslutter med to ønsker: At økomålet gjennomsyrrer politikken på flere felt og at man lytter til de som vet hvor skoen trykker, altså bøndene og matprodusenter som ønsker å basere seg på norskdyrket økologisk råvare. Det er viktig at man sikrer råstofftilgang som støtter det momentet som er skapt i markedet.

– Hvis vi mener alvor med dette med 10 %-målet, hvorfor ikke også si at 10 % av landbruksmidlene til Innovasjon Norge skal øremerkes økologisk omstilling? I kornbransjen er det mye fokus på å lande kontrakter til beredskapssiloene som nå er tilbake. Hvorfor ikke si at 10 % av disse skal være økologisk? Hvorfor ikke si at offentlige innkjøp skal matche etterspørselen i markedet eller bedre. Hvis 2-3 % av omsetningen i dagligvare i dag er økologisk, hvorfor skal ikke det være bedre enn det i offentlige storkjøkken? Og til slutt: Hvorfor ikke invitere oss som jobber på jorda med dette inn i foraene hvor dette diskuteres, som Nasjonal ressursgruppe?

BLI SLÅTT I HARTKORN

Før vi runder av med korn, tar vi en prat med nok

en østfolding som heller ikke ser ut til å være så veldig plaget, men like engasjert som de to andre vi har pratet med. Ingri Rosén Guren driver gården Kure Vestre i Rygge i Østfold. Hun tok over gården i 2020 og driver med korn, gulrøtter og gras i et samarbeid med nabogårdene.

Hun peker på mye av det samme som sine kolleger, blant annet leveringsutfordringer. Guren roser Norsk Urkorn, Holli mølle og Den Sorte Havre som spesialiserer seg på kornsorter som er etterspurt i markedet – og som egner seg godt i økologisk dyrking – men som ikke inngår i hovedverdikjeden for korn i Norge. Selv har hun en korntørke fra 1960-tallet på gården og klarer seg slik bedre enn mange.

– Vi er heldige som har den, men ryker den blir det brått verre. Mottaksapparatet i dag kan gjøre det mindre fristende for mange å velge å legge om, og jeg tror investeringsvirkemidler på gårdsnivå kan være nyttig, også i et beredskapsperspektiv.

Guren etterlyser også mer forskning og utvikling, og bedre statistikk.

– Det forskes lite på økologisk såvare og vi har få sorter å velge mellom. Dessuten trenger vi bedre statistikk. Både spelt og emmer er etterspurt av forbrukere på grunn av smaks-, heve- og helsekvaliteter, men disse sortene gir lavere avling per dekar – uavhengig av driftsform.

Utfordringen med den offentlige avlingsstatistikken er at den ikke skiller mellom hvete og urkorn som spelt og emmer, som Guren og mange andre økoprodusenter i området produserer. I tillegg holder vi igjen såkorn – som heller ikke synes i råvarestatistikken. Spelt er for øvrig noe vi kunne produsert mye mer av, kommenterer Guren. Vi importerer mye spelt.

Tiltak 5:

Økt omsetning og produksjon av økologisk frukt og grønt

De siste årene har grøntsektoren i Norge ropt varsko og økogrønt spesielt. «Økologisk grøntproduksjon har stupt og utgjør pr. i dag fattige 1,7 % av omsetningen. Antallet produsenter synker, og rekrutteringen er nærmest fraværende» skrev fire økoprodusenter i et innlegg i Nationen i april i år.

Potensialet er stort: Ifølge Økologisk24 i september i år, var 1,6 % av salgsvolumet hos BAMA økologisk og det norske økologiske frukt- og grøntutvalget utgjorde 0,4 prosentpoeng av disse.

Noe handler om anvendelsesgrad, noe om distribusjonskanaler: «Kun ett av tre epler som ble produsert økologisk i fjor, endte opp som økologisk eple i butikken» som det var formulert hos Nationen i 2024.

ØKOSATSINGEN SOVER PÅ SITT GRØNNE ØRE

Vi ber AgriAnalyse om å beskrive situasjonen for oss og kanskje komme med noen forslag til løsning. AgriAnalyse ga nemlig i vinter ut rapporten «Sårbarhet for økologisk grøntproduksjon i Norge». Rapporten er skrevet av Anne Austrem Bunger og Torbjørn Tufte, og rapporten har de gitt undertittelen «Diffuse politiske mål, passiv politikk og mangelfulle tiltak».

– Det oppsummer mye av situasjonen fram til i dag, innleder Tufte.

Ifølge forskerne har inngangen til økologisk og spesielt økogrønt vært diffus og passiv: Det var manglende samsvar mellom målsetting og tiltak fra 2018 og etter. Med et etterspørselsdrevet mål var det uklart hvem som skulle definere etterspørselen

– og uansett manglet vi statistikk til å eventuelt kunne etterprøve effekten. Satsingene var også mangelfull for eksempel ved at tilskuddene til økologisk grøntproduksjon ikke utviklet seg i takt med de øvrige, og det ble gradvis mindre og mindre lønnsomt å produsere økologisk grønt.

– Det er større risiko for økobøndene og det er mer arbeidskrevende for dem siden de ikke har tilgang til sprøytemiddel og kunstgjødsel. Det bøndene sitter igjen med må gjenspeile det. Uten det blir det mest som en festtale hvor det man sier ikke har noen virkning på det man faktisk gjør.

Forskerne peker videre på våre to nærmeste naboland som begge kan skilte med større økologisk areal og rimelig velfungerende markeder for økologisk, både i storkjøkken og i dagligvarehandel.

– I de landene, og i EU for øvrig, har de klart å kommunisere helheten i økologisk produksjon og betydningen driftsformen kan ha for klima og miljø, at økologisk landbruk kan bidra til å skape et mer robust system for fremtiden. Spesielt i Danmark var de veldig tydelige på at reglene er statskrav som er strengere enn for resten av landbruket.

Hvordan man snakker om landbruk er en variabel som må tas hensyn til.



Illustrasjonsbilde: IDUN B. LEINAAS

Det er viktig å huske på at det er markedet vi lever av, og det er her jeg opplever at det svikter mest.

INGRI ROSÉN GUREN

– Det er en utbredt holdning at norsk landbruk er «nesten økologisk», men det stemmer jo ikke. Det er to helt ulike kravspesifikasjoner for de to driftsformene. Mye av fokuset ligger på sprøytemidler og kunstgjødsel, men lite på helheten i økologisk produksjon, og akkurat det siste er kanskje en utfordring det økologiske miljøet må ta tak i.

Konvensjonelle bønder kan selvfølgelig være flinke, kommenterer forskerne, men disse har ikke de samme strenge kravene til seg. Det får noen rare utslag, blant annet at noen miljøtiltak innen Regionale miljøprogram som ikke-økologiske får tilskudd for å gjennomføre, ikke er tilskuddsberettiget for økologiske produsenter fordi de uansett er påkrevd å gjøre dette gjennom økologiregelverket. Tiltakene utgjør en liten sum, men er av symbolsk betydning.

Hva tenker de om det nye 10 %-målet, lurar vi på.

– Både tiltak rettet mot produsentene for å gjøre økologisk drift mer attraktiv og markedsmål for eksempel med konkrete mål for offentlige innkjøp må på plass ganske raskt om det skal ha noe virkning før 2032. Dette må i praksis komme som del av jordbruksforhandlingene de to kommende årene skal det være realiserbart.

De peker på at selv om det kom et løft for økologisk grønt i årets forhandlinger, har det økologiske arealtilskuddet tilnærmet stått på stedet hvil, noe som gjør det vanskelig å nå et 10 %-mål siden man da må få med de arealkrevende produksjonene på laget også.

Undersøkelser forskerne gjorde blant økologiske grøntprodusenter viste at direktesalg var en vesentlig salgskanal for mange. Markedstilgangen kom-

pliseres av ledd i verdikjeden som ikke kan ta imot økologisk. De viser blant annet til et dybdeintervju med epleprodusent Astrid Bjørnson som solgte flere tonn økologisk eple gjennom direktesalg enn dagligvareaktørene gjorde til sammen. I intervjuet forteller hun at hun er usikker på om hun kunne fått en leveringsavtale siden det ikke finnes fruktpakkerier i nærheten som tar i mot økologisk frukt. Siden Bjørnson fikk solgt sine epler må vi anta at hun har funnet en løsning for omsetning av sine økologiske epler som fungerer for henne, men som forskerne påpeker er dette et strukturelt hinder.

– De kan jo ikke bli for store fordi direktesalg er en krevende måte å selge på. Skal de vokse, kan de ikke fortsette å selge alt fra gården. Da må de kunne levere varene til andre, og det steget er ikke opplagt at alle kan ta.

Og her er vi tilbake til utsagnet fra grøntprodusentene innledningsvis: «Antallet produsenter synker, og rekrutteringen er nærmest fraværende».

Skal vi komme videre, trengs det bedre økonomiske vilkår i form av tilskudd og markedstilgang, et egnet distribusjonssystem, og en hevet status for driftsformen som en del av norsk miljøpolitikk, konkluderer forskerne.

GRØNN RESEPT

I saken innledningsvis om andelen økologisk i BAMAs utvalg, forklarer virksomheten det lave tallet med lav etterspørsel. Hva skal til å nå 10 %-målet, spør vi Andreas Handeland, kommunikasjonsjef i BAMA. Svaret hans er i første omgang nettopp økt etterspørsel.

– Vi har både produsenter og et logistikksystem som er klare, men vi er avhengige av å ha et marked

før vi kan øke produksjonen av økologiske varer. BAMA kan tilby en bredde i sortimentet som gjør økologiske varer attraktive for målgruppene, og vårt logistikkssystem sikrer leveranser til dagligvare og storkjøkken over hele landet.

Samtidig etterlyser han klarhet rundt hva myndighetenes mål innebærer for frukt- og grøntproduksjonen.

– I regjeringens nasjonale strategi sier landbruks- og matministeren at det skal stimuleres til økt omsetning og etterspørsel av økologisk mat og drikke. Men i tipunkslisten som er laget for å nå målene er ikke dette spesifisert, så vi er spente på hva som legges i dette.

Handeland peker på to formuleringer som kanskje kan peke ut en retning: Det står i strategien at «regjeringen oppmuntrer kommuner og fylkeskommuner til å inkludere økologisk mat i lokale og regionale matstrategier» og at Landbruks- og matdepartementet «vil vektlegge informasjons- og veiledningstiltak mot storhusholdninger, slik at økologiske alternativer benyttes i større grad».

– Betyr det at økologisk andel kan komme inn som et krav i offentlige innkjøp? Vi har foreslått dette når det gjelder norske varer – av hensyn til bærekraft, matsikkerhet, selvforsyning/beredskap og norsk verdiskapning. Et slikt krav for økologisk vil bidra til økt etterspørsel, og kunne innarbeide vaner som ytterligere vil kunne øke forbruket og gi større volumer på sikt. Det bør også legges en plan for hvordan myndighetene kan bidra sterkere med både opplysningskampanjer, støtteordninger og risikoavlastning. Det er knyttet langt større risiko til økoproduksjon enn til konvensjonell produksjon, og det er mer plasskrevende.

BAMA melder at de er positive til å vurdere å være med på en intensjonsavtale, noe som er formulert

som andre tiltakspunkt – at medlemmene i Nasjonal ressursgruppe skal ha en spesiell førende rolle i strategien og målet om å Stortingets 10 %-mål, men igjen er det mer detaljert informasjon de etterlyser fra statlig hold.

– Vi har blitt bedt om å komme med våre forpliktelser, som skal inn i intensjonsavtalen før den signeres. Vi har tidligere forsøkt å få klarhet i hva 10 %-arealmålet betyr for vår del av sektoren. I tillegg har vi bedt om å få se en plan for hvordan etterspørselen skal økes, hvordan man skal sikre at det blir en tilstrekkelig satsing fra alle parter i verdikjeden, samt mer konkret rundt hva myndighetene skal bidra med av støtteordninger og risikoavlastning. Vi kan ikke risikere økt matsvinn og tap for bøndene.

BAMA er positive til satsingen, men skulle gjerne sett at rekkefølgen var annerledes.

– Vi har nå sendt Mat- og Landbruksdepartementet en oppfølgende henvendelse rundt dette, slik at vi forhåpentligvis har et bedre bilde før avtalen skal signeres. BAMA er som sagt i utgangspunktet positive til et slikt felles løft, men det oppleves litt rart å skulle signere og forplikte oss når mye fortsatt er uklart.

BRANSJEN MÅ GJØRE SINE HOSER GRØNNE

BAMA spiller ballen tilbake til regjeringen. Ingri Rosén Guren, økobonden vi møtte i kornkapittelet, sikter på markedet.

– Jeg som driver fulløkologisk kan ikke bidra noe mer til å nå 10 %-målet. Jeg gjør jo min del på de arealene jeg har. Jeg kunne hatt mer grønnsaker i vekstskiftene, men det er avhengig av markedstilgang, noe som er krevende. Man produserer grønnsaker på avtale og man kan jo ikke sette i gang noe uten avtale.

Kure Vestre samarbeider med naboer om volum-



Illustrasjonsbilde: IDUN B. LEINAAS

produksjon av gulrøtter og potet. I år kom et etterlengtet tilskuddsløft på grønt, men Guren mener at det er ikke her skoen trykker mest.

– Inntektsutjevning vi har fått for landbruket er bra, og tilskuddsløft på økologisk grønt er et viktig signal for å holde på de få volumprodusentene vi har. Men det er viktig å huske på at det er markedet vi lever av, og det er her jeg opplever at det svikter mest.

Her er vi inne på noe av det BAMA var innom, nemlig etterspørselen. Hvem har ansvaret for den? Er det opp til den enkelte forbruker eller har større aktører også en rolle å spille? Fra Svanemerkets bærekraftsrapport, som kommer ut annenhvert år, vet vi at kun 1 av 5 mener myndigheter og bedrifter gjør nok for å realisere overgangen til mer bærekraftig forbruk og produksjon. Eller sagt på en annen måte: Folk forventer mer handling både fra det private næringslivet og det offentlige.

– Det største hinderet i markedet er for lite informasjon til forbruker, ingen kampanje på norsk økologisk eller økologisk i hele tatt. Jeg opplever økologiske varer i butikk som en markedsdifferansieringsmekanisme: Høy pris på økologiske alternativer får andre produkter til å fremstå som rimelige. Går man inn på grøntprodusentens samarbeidsråds nettsider ser man produsentprisene hver uke i sesong, og så kan du gå i butikken og se hva du betaler per kilo. Jeg synes den forskjellen er helt vanvittig.

I «Sårbarhet for økologisk grøntproduksjon» er en av de anbefalte politiske tiltakene for å styrke norsk økologisk grøntsektor en politisk anerkjennelse av «økologisk jordbruk som fremtidsrettet driftssystem», altså spydspissfunksjonen tydeligere kommuniseres. Guren peker på en parallell løsning for privat sektor.

– Økologisk må inn som bærekraftsparameter i bærekraftsstrategiene til aktørene i verdikjeden. Verdien av spydspissen er knyttet til at den faktisk anerkjennes som det gjennom verdikjeden, at den enkelte aktøren ønsker å måles på økologisk som miljøprestasjon i sin virksomhet. Det tenker jeg er et viktig steg på veien mot et mer bærekraftig mat-system.

En aktør som har valgt å inkludere miljøsertifiserte produkter i sin bærekraftsrapport, spesifikt økologiske og biodynamiske, er Vinmonopolet. Slik lar de seg måle på om deres innkjøp bidrar til å gi bedre jordhelse og mer biomangfold i produksjonsområdene. Selv om noen kanskje ser grundermuligheten i klimaendringer og norsk drueproduksjon, er det ikke til å stikke under en stol at de fleste produktene dette gjelder er utenlandske. Men også en norsk, økologisk eplesider eller en økologisk gin på norske råvarer produsert på Vestlandet (slikt finnes!) kan telle positivt i Vinmonopolet bærekraftsregnskap. Kanskje kan dette også være et egnet bidrag til å løfte norsk økologisk?

Tiltak 6:

Øke omsetningen av økologisk mat og drikke i offentlig sektor og storhusholdninger

I Soria Moria-erklæringen fra 2005 fikk Norge et måltall for hvor stor del av norsk matforbruk som skulle være økologisk. I den grad dette ble konkretisert i erklæringen, er det i formuleringen «Norge henger etter andre land når det gjelder tilgjengelighet til økologiske varer overfor forbrukerne. Regjeringen vil styrke dette området. Det offentlige må gå foran som ansvarlige forbrukere og etterspørre miljøvennlige varer og varer som er tilvirket med høye etiske og sosiale standarder».

I Innstilling til Stortinget fra næringskomiteen nr. 236 (2005–2006) er det formulert i forbindelse med bevilgningen til tiltak i økologisk landbruk at man forutsetter «at det offentlige, direkte og indirekte, bidrar til å øke forbruket av økologiske matvarer».

I årets økologistrategi henvises det til at offentlig sektor representerer et stort marked med stor påvirkningen på omsetningen av økologisk mat og drikke, og at det nye kravet om man i offentlige anskaffelser skal vekte klima- og miljøhensyn med 30 % fra og med januar 2024, noe som kan innebære å velge økologiske produkter.

Også Riksrevisjonen pekte på dette i sin rapport fra 2022 om grønne anskaffelser. I rapporten konkluderte man med at man burde legge vekt på blant annet økologisk produksjon, men at «funnene viser at særlig krav til reduksjon av matsvinn og emballasje er utbredt, men at kravene ofte bærer preg av å ha et lavt ambisjonsnivå og framstår som lite forpliktende overfor leverandørene.» I de anskaffelsene der oppdragsgivere stiller mer ambisiøse krav, er

disse i større grad knyttet til transporten av varene enn til selve produktene.

Videre viste det seg at i anskaffelser var det gjerne krav om å kunne tilby økologiske produkter, men det manglet en mekanisme som sikret at disse ikke bare var en del av bestillingsutvalget innkjøper kunne velge mellom, men at de også ble valgt.

I den nye strategien problematiseres det at en slik tilnærming til offentlig innkjøpsmakt ikke makter å skille mellom norskprodusert og import økologisk i og med at dette skal underbygge et mål om større norsk økologisk produksjon. Det pekes videre på Matvalget som aktøren som kan hjelpe offentlige aktører i å ta de gode matvalgene.

Den kursiverte avslutningen på tiltaket, tekstsnoteten som skal være konkretiseringen av tiltaket lover informasjons- og veiledningsmaterieell fra departementet, men også at «Regjeringen oppmuntrer kommuner og fylkeskommuner til å inkludere økologisk mat i lokale og regionale matstrategier».

Våre analyser viser at det trenger ikke å være mer kostbart for et hardt presset storkjøkken å velge økologisk.

LEIF MAGNE GRASTVEIT

MUNTRASJONSRÅDET

Men hva er så veien fra en lokal eller regional matstrategi til at det offentlige faktisk kjøper inn mer (norske) økologiske produkter? Når regjeringen peker på Matvalget, spør vi like godt dem.

– Man må som et minimum ha en strategi hvor man ser etter råvarer og handler i sesong. Ser man ikke etter blomkål når de faktisk er modne i Norge, blir det vanskelig å øke omsetningen og dermed produksjonen av norsk økologisk blomkål.

Det er det første Leif Magne Grastveit, ny leder i Matvalget, nevner: At i utgangspunktet handler dette om noe vi ikke kan endre på. Det er et praktisk anliggende, at jorda går sin runde rundt sola, og at dette setter noen begrensninger som vi må innrette oss etter.

Men utover det er det mange hensyn å ta: Skal maten komme fra økologisk jord til kantinebord, som det omtrent heter i undertittelen til økostrategien, trenger primærprodusentene forutsigbarheten til å vite at det er offentlige aktører som kommer til å bestille økologiske råvarer. Leif Magne peker på at leddene som følger har også sine behov.

– Å lykkes med en økologisatsing handler om å ivareta alle disse: Grossister trenger å vite at innkjøperne vil kjøpe økologiske varer, at det er noe de kan skaffe og lagere. Innkjøperne må vite at de har politisk støtte i sine valg, at økologisk er en prioritert varekategori. Kjøkkensjefene må kunne lett finne de økologiske varene i innkjøpsportalene. Det siste er ikke en selvfølge.

Leif Magne peker på noe veldig hverdagslig: En kjøkkensjef skal rekke mye i løpet av dagen og søker gjerne i innkjøpsportalen etter «melk», ikke

nødvendigvis «økologisk melk».

– Innkjøpsportalene er jo ikke spesifikt laget for at enkeltkunder skal nå sine miljøforpliktelser, som tross alt er ett av mange målsettinger kundene kan ha for seg selv eller for de som skal spise maten de serverer. Samtidig: Dette er ikke umulig å løse. Å løfte økologisk i søkene i portalene og å gjøre det enkelt å filtrere på godkjente miljømerker, som Ø-merket, kan være det gjør det enklere for de som skal handle inn maten å ta gode valg.

Slik Bergerud kommenterte om havregryn som en satsingsvare, peker Grastveit blant annet på melka.

– Ofte er det ikke mye som skal til for å nå et innkjøpsmål som matcher arealmålet Stortinget satt. Prioriterer en barnehage å kjøpe inn kun økologisk melk, et relativt konkurransedyktig økologisk produkt, utgjør det fort 10 % av deres matinnkjøp.

Et punkt hvor det har gått fremover de siste årene, ifølge Grastveit, er at man lytter mer til de som kjøper inn maten når offentlige aktører gjør seg nye anskaffelser, selv om også her er det potensial til å bli bedre.

– I videregående skoler er kantinedriften underlagt opplæringsavdelingen i fylket. De har tross alt som sitt fremste formål å drive med undervisning, og her kan maten ende med å bli stemoderlig behandlet. Mange anerkjenner i dag i større grad at maten ikke bare er vomfyll og kvaliteten uvesentlig, men vi er langt ifra i mål. På kjøkkenet har du gjerne flinke folk som kan sitt fag og gjør det beste ut av det de har, men som kanskje mangler utstyr for å lage skikkelig mat fra bunnen av, noe man må ha om man skal spise råvarer som er norske og økologiske.



Illustrasjonsbilde: DEBIO / BIRGITTA EVA HOLLANDER

Blir det dyrt med norsk økologisk? Ikke nødvendigvis mener Grastveit.

– Noe av det vi i Matvalget gjør er å vurdere innkjøpene hos de vi samarbeider med. Både for å se hva som faktisk blir kjøpt inn og hvor langt unna virksomhetene er fra egne mål om råvareandel, økomål eller at det skal være helsefremmende, men også pris. Våre analyser viser at det trenger ikke å være mer kostbart for et hardt presset storkjøkken å velge økologisk.

Uansett hva man mener om prissetting av økologiske råvarer, så handler en omlegging om å velge råvarer, velge de fornuftige innkjøpene både med hensyn til økologi, pris, kvalitet og selvfølgelig smak, sier Grastveit.

– Vi er jo på en måte privilegerte som jobber med kokker. De er løsningsorienterte mennesker. Å stå på kjøkkenet handler om å løse nye utfordringer raskt: Hva har vi tilgjengelig og hvordan kan dette bli noe som smaker og gjør godt?



Illustrasjonsbilde: DEBIO / BIRGITTA EVA HOLLANDER

På en måte handler dette om to praktikergrupper: Bønder og kokker. Det er mat som skal produseres, som skal dyrkes, og så er det mat som skal tilberedes. Mellom de to har vi laget et system med flere ledd. I et stort matsystem klarer vi oss ikke uten leddene mellom jord og bord naturligvis, men vi trenger kanskje at disse i større grad innretter seg etter praktikerne behov, mener Grastveit.

Trenger vi et måltall for omsetning i offentlige storkjøkken, lurer vi på. Ja med et lite forbehold, sier Grastveit.

– Konkrete målsettinger er nyttig, nyttigere enn å kun inkludere ordet «økologisk» i strategier og la det bli med det. Vi ser i våre analyser at det er en sammenheng mellom målsettingen man setter seg og hva man oppnår. For å ta et eksempel: Viken fylkeskommune hadde et mål om 30 % økologisk og lå samlet sett på rundt 25 % da fylket ble oppløst. Da fylket ble oppløst endret innkjøpet seg og gikk nedover. Buskerud valgte etter oppløsningen å gå inn for et mål på 15 %, som er en del av Miljøfyrtårn-sertifiseringen, og det er også omtrent der de ligger i dag. Vel så viktig som selve måltallet, om ikke viktigere, er politisk lederskap og at man følger opp dette konkret i organisasjonene. De som har myndigheten til det må være tydelig på at man vil nå målene man har satt seg, og instruere at de som kjøper inn maten faktisk aktivt skal velge økologisk i innkjøpsportalen.

Omtrent samtlige av de vi har intervjuet har nevnt offentlige innkjøp som et sentralt virkemiddel for å nå 10 %-målet. «Motoren» er metaforen Bondelagets representant Bergerud kaller det. Vi forstår bildet: Man har en hel innretning som skal øke økoarealet, men det er noe som må drive det fremover. Selv om mange kan motiveres av å drive en gård uten f.eks. sprøytemidler eller med høyere dyrevelferd, er det, som flere av de vi har pratet også er inne på, lønnsomheten som i siste instans som avgjør om noen legger om. Den økonomiske bærekraften, kan svært få klare seg uten. Flere av flaskehalsene som gjør at verdikjedene for økologisk mat og drikke forblir små, ineffektive eller fraværende handler om en opplevd manglende etterspørsel i flere av leddene. Kanskje er etterspørsel i realiteten uforløst og skjult, men resultatet er det samme, og her det man trenger motoren: Det som kan drive opp volumet, etablere stabil etterspørsel og skape trygghet blant bønder til at dette, denne omleggingen til økologisk, er verdt å satse på. Trygghet for bønder og trygghet for mottaksapparatet og grossister henger sammen.

– Varegruppen økologisk produkter er ganske liten sammenlignet med mye annet for innkjøpere, og når etterspørselen er lav og ustabil, er f.eks. en liten bestilling på økologiske poteter rusk i maskineriet. Målet er at økologiske poteter heller blir en del av maskineriet, avslutter Grastveit.

Tiltak 7:

Øke antall produsenter som driver økologisk

«Økonomisk, agronomisk – økologisk!» Det var navnet for handlingsplanen for å nå målet om 15 % økologisk produksjon og forbruk i 2020 da den ble presentert i 2009 av landbruks- og matminister Lars Peder Brekk.

Selv om arealandelen da lå på omtrent samme nivå som i dag (4,3 %, 5,6 % inkl. karens mot 4,3 % og 4,6 % i dag), markerer 2009 tilfeldigvis et toppunkt i antallet gårdbrukere med en økologigodkjenning. 2851 gårder drev økologisk det året. I 2024 var antallet 1914. Her bør det nevnes at antallet gårdbrukere, uavhengig av driftsform går ned, og har gjort det i flere tiår. For landbruket som helhet har antallet gårdsbruk gått ned 36,8 % siden 2003. For økologiske gårdsbruk er tallet 22,4 %. Kurvene er naturligvis ulike hverandre siden den økologiske produksjonen med statlig støtte kun har eksistert siden 1990, men bildet er det samme: Arealet er noenlunde likt, men antallet bønder synker.

I 2019 fikk utredningsselskapet AgriAnalyse oppdrag fra Landbrukets Økoløft om å undersøke hva som gjør at noen velger å drive økologisk og hvorfor noen slutter. Svaret de gir i rapporten «Flere økologiske bønder? – hva mener bonden» er både økonomisk og agronomisk:

Forventninger om utbytte (38 %) og tilgang på blant annet gjødsel (25 %) ble fremhevet som vanligste årsak for å ikke legge om fra konvensjonelt til økologisk av de som var interesserte i muligheten. Økte tilskudd var i så fall løsningen mente disse.

Ugrashåndtering (41 %) og manglende merpris eller manglende tilgang på leveringsavtaler på

økologiske produkter (30 %) oppgis som årsak av de som driver økologisk, men vurderer å endre til ikke-økologisk. Dette stemmer også med Debio Markeds undersøkelse på vegne av Regelverksutvalget i 2024. Da oppga 59 % at ugrashåndtering var den største utfordringen. 38 % meldte at økonomien var utfordrende.

I AgriAnalyses rapport var svaret på hva som skulle til for å fortsette som økologiske bønder først og fremst bedre metoder for ugrasbekjemping og høyere pris på varene og høyere tilskudd. Det siste har AgriAnalyse også sett på i en rapport som kom i 2025 som vi allerede har stiftet bekjentskap med, men vi starter kronologisk med det som må gjøres før man står med kålrota i hånda og klør seg i hodet mens man lurer på hvordan man skal forvandle den til penger.

AGRONOMISK

I Debio Markeds undersøkelse for Regelverksutvalget fra 2024 oppgir flest bønder at et ønske om å drive bærekraftig (55 %) uten sprøytemidler og kunstgjødsel (66 %) som fremste motivasjon, men mange mener også at driftsformen er mer agronomisk interessant (38 %). Men hva gjør man da når agronomien både er mer spennende og mer utfordrende? Rutinerte økobønder har vært ute ei høymolenatt før og vet råd, men hvordan rekrutterer man nytt?



En av dem som kan spille en positiv rolle her er NLR. Vi prater med Kjersti Berge.

– Noe av det vi tilbyr er Økologisk førsteråd. Dette er et tilbud til alle produsenter som vurderer å starte med eller legge om til økologisk produksjon. Vi ligger på omtrent hundre førsterådsbesøk årlig, fordelt på åker- og grovfôrbasert, men vi ser en liten økning så langt i år, spesielt når det gjelder melk.

Det er et begrenset område hvor Norsk melkeråvare tar imot og betaler merpris for økologisk melk i dag, kommenterer Berge. Hun mener at dette nok vil føre til at flere melkebønder ikke ser seg tjent med å betale for en økologigodkjenning, og at målet om 10 % norsk økologisk melkeproduksjon blir vanskelig å nå.

– Samme gjelder for korn hvor Felleskjøpet og markedsaktørene etterlyser mer økologisk korn, men det finnes ikke mottaksapparat i hele landet. Og om du vil være storskalaprodusent av grønt er det få muligheter inn i markedet.

Vi snakker oss lett bort fra det agronomiske og over i det strukturelle, men samtidig er dette relevante variabler for en som vurderer å legge om til økologisk. Et annet aspekt som fører mer tilbake ned på bakken er mulighetene til å utveksle erfaringer.

– Vilkårene er ikke like i alle deler av landet, og man trenger å lære av noen som kjenner jordsmonnet, de typiske ugrassortene i sitt område, alt det som er spesifikt for stedet, og her kan vi støte på en utfordring hvis det er for få økobønder. Utover å kunne lære av de erfarne økobøndene, handler dette også om trygghet og en følelse av å ikke stå utenfor.

Det samme sier Sigrid Heringstad, leder i Bygdeungdomslaget. De vektlegger som flere andre av

de vi har snakket med behovet for forutsigbarhet og lønnsomhet, både gjennom tilskudd og i markedet, men også at man normaliserer økologisk innad i landbruket. Kjersti Berge er inne på at det kan være noe med forestillingene til de ulike generasjonene, og Heringstad mener det kan nytte å starte med de unge.

– Vi i Norges Bygdeungdomslag kan være med å spre informasjon og kunnskap – for eksempel gjennom foredrag for våre tillitsvalgte og medlemmer på ulike nivå i organisasjonen. I tillegg kan vi være med å spre informasjon gjennom sosiale media. Vi tror også det er nyttig at vi kan bidra i diskusjonen som talerør for de unge. Vi kan fremme hva som er viktig for unge som ønsker seg inn i yrket som gårdbruker: hva skal til for at de skal velge økologisk drift?

Hun mener også det trengs god informasjon om fordelene rundt økologisk drift – spesielt fordelene for den enkelte gårdbruker, men også for miljøet rundt.

Fordelene for miljøet er så, men hva så med fordelene for gårdbrukeren?

ØKONOMISK

I rapporten «Sårbarhet for økologisk grøntproduksjon i Norge», peker Tufte og Bungert på at tilskuddene til økologisk grøntproduksjon ikke har beveget seg i takt med økningen i øvrige landbruksstilskudd og at prisveksten på økologisk grønt har en egen utvikling.

Tilskuddene er delt inn i vekstsoner. I perioden 2018 til 2023 økte det generelle arealtilskuddet med 109 % for alle fylker unntatt de nordlige, mens den tilsvarende økningen for det økologiske arealtilskuddet økte med 10 %. Konsumprisindeksen var på 20 % i samme periode.



Illustrasjonsbilde: DEBIO / ESPEN SEIERSTAD

«Dette tilsier et bilde der økologisk produksjonssystem på gårdsbrukene generelt, og for grønt spesifikt, i realiteten er betydelig svekket i tilskuddene relativt til konvensjonelt driftssystem i budsjettoverføringene under jordbruksavtalene i perioden.»

Forfatterne finner at tilskuddene til økologisk produksjon sank fra å utgjøre 0,8 % av budsjettstøtten i Jordbruksavtalen i 2018 til 0,6 % i 2023.

«Det kan slik sett argumenteres for at en styrking av økologiske tilskudd vil bety lite i de samlede budsjettoverføringene til jordbruket. En doubling av støtten til 338 millioner kr ville utgjort 1,17 % av budsjettstøtten. Det å styrke økologisk drift gjennom økte eller nye tilskudd er et rent politisk valg, da det kun er et spørsmål om partene i jordbruksavtalen ønsker å prioritere økologisk sterkere eller ikke. Dersom partene velger å styrke tilskudd til økologisk jordbruk, kan det imidlertid gjennomføres på flere måter.»

– Vi savner tilskudd som underbygger satsingen. I årets jordbruksoppgjør kom det mer tilskudd til økogrønt, noe som er svært positivt, men det kom ingenting som løftet økologisk generelt. Grøntnæringa alene er liten og utgjør få dekar. Den kan ikke løfte økosatsingen alene. Da trenger du tilskudd til

de arealkrevende produksjonene som involverer korn og gras, kommenterer de.

– Det kan kanskje oppleves som mer attraktivt for bønder å få støtte på produsert volum, men er målet å få opp det totale arealet vil vi mene at det er mer hensiktsmessig å øke det økologiske arealtilskuddet, altså at det er en støtte i bunnen. Det gir mer stabil økonomi for produsenten og reduserer risikoen for bøndene, uavhengig av hva de produserer.

Som vi var inne på da vi snakket om økologisk frukt og grønt, handler tilskuddene både om reell kompensasjon for risiko og innsats, men også den symbolske effekten av at man gir støtten som finnes i «Regionalt miljøtilskudd i jordbruket». Forskerne peker også på en annen mulighet som man har valgt i Danmark, nemlig at staten som eier av økologiregelverk og økologisatsing betaler sertifiseringskostnaden i sin helhet.

Dette er også noe leder i Norsk Bonde- og Småbrukarlag Tor Jacob Solberg løfter frem:

– Det hadde vært positivt hvis en kunne fjernet eller bakt avgiftene for økologisk sertifisering inn i tilskuddssystemet, sånn at en slapp å ha det som en enkeltkostnad. Det er flere småskalaprodusenter

Lønnsomheten må opp, og det gjøres gjennom aktivt markedsarbeid.

MARTIN DALEN

i dag som kunne vært Debio-godkjent, men opplever kanskje ikke at kundene krever det. Ingen vil ha en ekstra kostnad. Det kunne vært et ganske effektivt virkemiddel for å få flere, særlig mindre, bedrifter til å ta det steget.

I dag er den norske fordelingen cirka 1/4 gebyrer og 3/4 offentlig finansiering. Det ville ha kostet ca. 17,5 millioner ekstra i år dersom man hadde valgt en dansk finansieringsmodell.

ØKOLOGISK?

Vi innledet med en handlingsplan fra 2009. La oss runde av med en fra 2025, nemlig Statsforvalteren i Vestfold og Telemark sin handlingsplan for økologisk landbruk. Vi prøver oss igjen med å forstå handlingsplanen gjennom undertittelen og i dette tilfellet er navnet «Økt lønnsomhet gjennom markedsarbeid».

– Denne tittelen valgte vi fordi vi mener det er nøkkelen, og vi har god dekning for det fra produsentene som også har spilt inn til handlingsplanen. Lønnsomheten må opp, og det gjøres gjennom aktivt markedsarbeid.

Dette sier Martin Dalen hos Statsforvalteren i Vestfold og Telemark. Poenget er både spesielt for økologisk, men også generelt. Eller som det står i handlingsplanen: «Selv om det er særegne utfordringer i økologisk landbruk, så er en viktig utfordring i økologisk felles med konvensjonelt: å kombinere god markedstilgang med lønnsomhet for bonden. Lønnsomhet er en forutsetning for bærekraftig matproduksjon.»

Utfordringen er å finne traseen som fører fra «økologisk jord til middagsbord» som det heter i den nye økostrategiens undertittel, men kanskje handler

dette ikke bare om etterspørsel som en utilnærmelig og upåvirkelig naturlov, men hvordan man skaper denne etterspørselen?

– I dag har vi en svært regulert landbruksproduksjon og et tilsvarende like lite regulert marked. Virkemidlene er færre i den andre enden av verdikjeden. Samtidig har vi et veiledningsapparat som er i stor grad er innrettet mot agronomi og produksjon, men knapt noe som handler om foredling, markedsføring og markedsarbeid.

Landbruket har i all hovedsak sine virkemidler knyttet til landbruksproduksjon, kommenterer de to, og vi har få eller ingen virkemidler knyttet til marked. Når produsentene sier at de trenger bistand til markedet, bør også vi innrette oss mot dette, mener de.

– Dette er egentlig parallelt til tiden da vi hadde økologisk foregangsfylker hvor alt var innrettet mot produksjon, men ingen tok ansvar for markedet utover offentlige innkjøp. Slik er det i dag også: Ingen føler at de skal ha den rollen, sier Kari Mette Holm, Dalens kollega hos Statsforvalteren i Vestfold og Telemark.

Vi må hjelpe bønder med å bygge merkevarer, er et av forslagene fra de to. Selv om dette kanskje bare er en del av totalbildet, av virkemidlene vi trenger for å nå 10 %-målet, kanskje er dette en av broene mellom det agronomiske og det økonomiske: At det skal lønne seg å drive bærekraftig. At formidling av hensynene som tas til miljøet i økologisk produksjon er noe som må besjele hele gangen gjennom verdikjeden slik at det blir samsvar mellom de grepene man tar på åkeren og de valgene forbruker tar i butikken?



10 % økologisk bør nås med sirkulær og fornybar gjødsel

En målsetning om 10 % økologisk matproduksjon bør nås med mer sirkulær og fornybar gjødsel. Forskning og feltforsøk fra Tingvoll viser at det er mulig å produsere gjødsel som kan brukes i økologisk dyrking ved å bruke fornybare og lokalt tilgjengelige ressurser, ikke minst fra havet.

Tekst: VEGARD BOTTERLI
KOMMUNIKASJONSRAÐGIVER NORSØK



SIRKULÆRE KILDER SOM FAKTISK VIRKER

I Norge finnes store mengder marint restråstoff som fiskebein og restråstoff fra prosessering av tang og tare, som i dag ofte går til forbrenning. Disse materialene har næringsprofiler som utfyller hverandre. Fiskebein gir nitrogen, fosfor og kalsium, mens algemateriale bidrar med kalium, magnesium og svovel. Når slike ressurser foredles og brukes riktig, kan de bli gode alternativer til gjødsel basert på kjøttbeinmel og andre materialer fra konvensjonelt husdyrhold.

Forsøk i vekstom og i felt med like nitrogenmengder viser at marint restråstoff kan gi vel så gode avlinger som mineralgjødsel. Beinrikt restråstoff av fisk har en rask gjødselvirkning, mens algemateriale trenger litt tid for å virke. Til gjengjeld har slike restråstoff en god ettervirkning.

KVALITET OG TRYGGHET MÅ DOKUMENTERES

Sirkulær gjødsel må være like forutsigbar som den er bærekraftig. Marin biomasse fra brunalger kan inneholde uønskede stoffer som arsen og kadmium. Derfor er kjennskap til klassegrensar og dosering avgjørende. I et forsøk med poteter ble det betydelig avlingsøkning året etter en tilførsel av rester av grisetang, uten at det ble høyere innhold av arsen eller kadmium i knollene.

Forsøk der det ble overgjødslet med brunalger i gras ga god effekt på veksten. Men enga kunne ikke brukes til før før tidligst året etter, på grunn av ubalanse i mineralinnholdet som kan gi dyra graskrampe. I tillegg ble det funnet arsen i plantene på grunn av den høye gjødselmengden. Det er viktig å tilføre jorda organisk materiale og mineraler, men vi må også følge med på innhold av



Foto: PRIVAT

NORSØK er en privat, selvstendig stiftelse og et nasjonalt senter for tverrfaglig forskning og kunnskapsformidling for å utvikle økologisk landbruk. NORSØK har både grunnleggende og avansert forskningskompetanse, og arbeider med rådgiving og formidling av kunnskap. Fagområda er økologisk landbruk og matproduksjon, miljø og bærekraft og fornybar energi.

uønska stoffer. Og regulere mengdene som brukes etter plantenes behov og etter lokale forhold som jordtype og klima.

STANDARDISER FOR Å SKALERE

Veien fra «mulig» til «mainstream» går gjennom standardisering av gjødselproduktene. Tørring, pelletering og blanding av balanserte gjødselprodukter med erklært næringsinnhold er nødvendig. Småskala pelletering viser at stabile pellets kan lages av marine fraksjoner – og da følger logistikkfordeler. Enkel lagring, jevn spredning og presis dosering. Grønn Gjødelse og NORSØK samarbeider om å utvikle en gjødelse med marine ingredienser gjennom EU-prosjektet Bio2.

BEDRE UTNYTTELSE AV HUSDYRGJØDSEL – FRA VOLUM TIL VERDIKJEDE

Organisk gjødelse kan bli enklere å håndtere og tildele i riktige mengder gjennom ulike behandlinger. Separering av husdyrgjødelse eller råtne-rest fra biogassproduksjon gir en flytende nitrogen-rik fraksjon som kan brukes til overgjødsling. Og en fast, fosfor-rik fraksjon som kan fraktes dit fosfor trengs – og dermed avlaste husdyrtette områder. Utråtning til biogass øker andelen med plantetilgjengelig nitrogen i materialet som behandles. Dette kan gi en bedre utnyttelse av nitrogenet til økte avlinger, men det øker også risikoen for at nitrogenet tapes til luft under og etter spred-

ning. Kompostering stabiliserer karbon, reduserer volum og gir en masse som kan lagres uten videre nedbrytning, og kan være en aktuell håndteringsmåte for den faste delen av separert gjødelse. All kompostering bør foregå under duk eller presenning for å redusere tap av nitrogen.

HVORFOR DETTE LØFTER HELE LANDBRUKET

Mineralreservene som brukes til gjødelse er begrenset, og prisen på mineralgjødelse øker over tid. Sirkulære næringskilder har en stor betydning, ikke minst for å være mer selvforsynt med plantenæring. De inneholder også ofte verdifullt organisk materiale, som er positivt for jordhelsen. Historien minner oss på at «gjødelse fra havet» ikke er noe nytt. Norge eksporterte fosfatgjødelse («guano») laget av tørka fisk for 150 år siden. Det vi gjør nå, er å oppdatere gamle løsninger med moderne kunnskap og bedre kontroll.

Økt forsyning av sirkulær gjødelse som kan brukes i økologisk dyrking er ikke et nisjeprojekt. Gjødelse med fisk og alger kan brukes av alle bønder, og gir oss bedre beredskap. Det er god miljøpolitikk, og god agronomi. Vi kan ikke trylle fram nitrogen, fosfor og kalium. Men vi kan hente disse næringsstoffene på en bedre måte enn gjennom kunstgjødelse. Da blir 10 % økologisk mer enn et mål – det blir et resultat av bedre ressursbruk.

Tiltak 8:

Øke bevisstheten om økologisk mat og drikke blant forbrukere

Skal vi nå et mål om 10 % økologisk areal, må det som produseres på det arealet omsettes og bli til penger for dem som tar valget om å legge om. I dag utgjør økoomsetningen omtrent 2–3 % av omsetningen i dagligvare.

Som blant andre økobonde Ingri Rosén Guren var inne på, har det vært skrint med kampanjer for økologiske produkter. Ikke bare kampanjer med tilbud og rabatter, men informasjon, salgsutløsende argumenter, for hvorfor akkurat dette produktet er verdt å plukke med seg.

Ting er i endring. Fra at kun Coop har hatt egen merkevare for økologiske produkter, har i dag alle de tre store dagligvareaktørene det, noe som gjerne kan gjøre det enklere og mer motiverende å lage kampanjer for økologiske mat og drikke. Såkalte EMV-er er et kontroversielt tema, men de er samtidig en mekanisme som kan samle og løfte produktkategorien innenfor det store varesortimentet. Å se økologiske produkter og Ø-merket innenfor flere varekategorier gir en påminnelse til forbruker om valgmulighetene.

I fjor kunne Landbruksdirektoratet melde at omsetningen av økologisk mat og drikke økte mer enn prisveksten generelt og mer enn andre produkter. Om dette har vært en langvarig trend er litt vanskelig å si siden direktoratet har endret innsamlingsmetode for tallene, men endringen gjaldt i omtrent hele landet og i de fleste produktkategorier. Folk kjøper mer økologisk. Er forbrukerne blitt mer bevisste rundt sine matvalg?

Forbrukere kommer til butikken med sin forkunnskap om maten og med en følelse av vekten på lommeboka i lomma. Inne i butikken er det en slagmark hvor ulike produkter kjemper om oppmerksomheten. Produktene har to sekunder av forbrukerens oppmerksomhet til å vinne dem over. Eller er det ett? Et halvt?

I januar 2025 etablerte Debio Marked en ny samarbeidsarena for å se hvordan man sammen kan finne en plass til økologiske produkter inn i bevissthetsbasketaket. «Ø for økologisk» heter satsingen. Vi snakker med Idun Leinaas, leder for kommunikasjon og marked i Debio Marked. Målsetningen er økt økosalg i utvalgte varekategorier nasjonalt, samt styrket kjennskap og kunnskap om Ø-merket, sier hun.

– Vi har nå en nylig revidert økostrategi som adresserer behovet for en forsterket informasjonssinnsats om økologisk matproduksjon. Det trengs mer kunnskap om økoforbrukere og kampanjemateriell som er åpent tilgjengelig for alle som ønsker å selge økologisk. Sammen med våre samarbeidspartnere skal vi levere på dette; aldri før har markedsaktørene delt kunnskap og innsikt om sine kunder, for så å sammen bidra til målrettede kampanjer med et kunnskapsgrunnlag som flere kan dra nytte av, sier hun.

For slik er satsingen rigget: Alle virksomhetene som deltar, dagligvareaktører, grossistledd og foredlere, deler innsikt med Debio Marked. Innsiktene de deler, samt salgstall og markedsanalyser for Norge og Norden vil danne grunnlag for en markedsrapport som vil utgis regelmessig, slik de gjør i både Sverige og Danmark. Høsten 2025 gjennomførte Debio Marked en nasjonal forbrukerundersøkelse for å finne fram til drivere og barrierer for økt konsum av økologisk mat. Resultatet vil også inngå i rapporten. Forbrukerinnsikten Debio Marked har innhentet viser tydelig at preferanser og interessen for økologisk mat og landbruk utvides.

– Vi har stadig vekk hørt at det i hovedsak er småbarnsmødrene som står for økokjøp i butikk. Vår undersøkelse viser at brukergruppen er i ferd med å bli større, og det er en økende andel yngre målgrupper, de under 40, som enten velger eller ønsker å velge økologisk. Samtidig ser vi at den desidert største barrieren for kjøp av økologisk mat er prisnivået. Økologisk mat har et høyt opplevd prisnivå, og dette hindrer mange fra å kjøpe mer av det. Det er behov for flere tiltak for å møte dette, der kampanjer som inkluderer økologisk er et av dem. Selges konvensjonell blomkål til 9,90,- og den økologiske for 53,90,- gir det en uheldig domineffekt; den økologiske varen blir i liten grad valgt, varene ligger lengre og dette gir en dårlig smak-sopplevelse for kunden. For kjøpmannen blir det en lite motiverende salgsoppgave, forteller Leinaas.

– I flere europeiske land, inkludert hos våre nærmeste naboer, har man informasjonskampanjer i butikk som både gir informasjon og motivasjon til å velge økologisk. Dette trenger vi også i Norge skal vi henge med i utviklingen i andre land. I tiden som kommer vil vi i Debio Marked styrke innsatsen på



Illustrasjonsbilde: IDUN B. LEINAAS

markedsføring av Ø-merket som Debio eier. Vi skal gi god informasjon om markedsmulighetene ved sertifisering, og aktivt bruke samarbeidsarenaen vi har etablert. Vi vil benytte forbrukerinnsikten vi har fått til å utvikle treffsikker forbrukerkommunikasjon og nasjonale kampanjer. Vi skal snakke om det som kjennetegner økologisk, og uredde vise fram kvalitetene i økolandbruket, sier Leinaas.

For akkurat dét har vist seg å være et problem. Riksrevisjonen meldte om det i sin «undersøking av arbeidet til styresmaktene for å nå måla om økologisk landbruk» i 2015-2016. Det har figureert i omtrent alle evalueringer og forskningsrapporter som har berørt temaet, både for privatmarkedet og for offentlige innkjøp: Et opplevd motsetningsforhold hvor det å snakke opp økologisk impliserer at man snakker ned det øvrige landbruket.

– Sett utenfra er det pussig: Økologisk produksjon utgjør en liten minoritet av det totale landbruket, og landbruket er jo uansett ikke delt i to binære størrelser.

– Klarer vi ikke å føre ordskiftet forbi denne misvisende enten-eller-tenkningen, ender vi med at den økende etterspørselen etter økologisk løses ved mer import heller enn å bygge opp vår egen øko-produksjon. Det tjener ikke det norske landbruket, konkluderer Leinaas.



LANDBRUKETS ØKOLOGIKONGRESS 2026



9 - 10 FEBRUAR 2026

THON HOTEL OSLO AIRPORT

WWW.OKO2026.NO



Matvalget



Tiltak 9:

Tydeligere kobling mellom lokalmat og økologisk mat

Uansett om det er turisme og eksport av delikatesser, beredskap og matsikkerhet, reduksjon av klimagassutslipp fra frakt eller distriktspolitikk som motiverer interessen, så har lokalmat en stigende stjerne.

Fjorårets «Oppskrift for mer lokalmat og lokal drikke», signert daværende landbruks- og (lokal-)matminister satte et mål om å øke omsetningen av lokalmat til 25 milliarder innen 2035.

Det forrige målet for omsetning av lokalmat og -drikke på 10 milliarder kroner innen 2025, ble nådd allerede i 2019, og for 2024 var omsetningen av lokalmat og -drikke i Norge på 12,3 milliarder kroner.

Et tilsvarende tall for økologisk har vi ikke, men et anslag fra Landbruksdirektoratet i den årlige økologisk landbruksrapporten tilsier omtrent 5,62 milliarder fra samtlige omsetningskilder (3,61 fra dagligvare og 2,09 fra de øvrige som inkluderer tall fra grossistledet, bakerier, spesialbutikker, Bondens marked og Vinmonopolet). 5,62 høres jo imponerende ut helt til man innser at dette også inkluderer import. Lokalmatssummen var jo nødvendigvis basert på norsk produksjon, i hvert fall norsk foredling.

Snakker vi om lokalmat eller lokal mat forresten? Det er uklart. Lokalmat forstått som håndverksspesialiteter er jo nødvendigvis lokal mat i betydningen lokalt produsert, men lokal mat er ikke like nødvendigvis lokalmat. Koblingen mellom økologisk og lokalmat er også slik. Noe av det økologiske som produseres i landet er lokalmat, men noe er også bare lokal mat. Uansett hvor mye terroir man

har, vil volumvarene reise rundt i hele kongeriket.

«Regjeringen vil jobbe for en tydeligere kobling mellom tiltak og prosesser for lokalmat og økologisk mat» står det som konkretisering av dette punktet i økologistrategien. Det er en litt underfundig formulering. Vi må snakke med noen som har mer greie på dette. I Nasjonal ressursgruppe er det spesielt to aktører som befatter seg med lokalmat (og lokal mat), Stiftelsen Norsk mat og Bondens marked.

LOKALMATMEGLEREN

Så langt har alle vi har snakket med blitt spurt om de har lest den nye økostrategien. De fleste har det, kanskje litt kjapt og kanskje for mange måneder siden. Randi Ledaal Gjertsen er daglig leder i Bondens marked. Vi foreslår at hun kanskje er typen til å lese denne typen dokumenter. Det bekrefter hun og da kan vi lett starte med det vi lurte på: Hva betyr denne formuleringen om tydeligere kobling mellom tiltak og prosesser egentlig?

– Nei, si det! Det kan jo bety hva som helst, ikke sant? Det kan jo gjøre sånne typer som oss matte.



Illustrasjonsbilde: DEBIO

Men ser man positivt på det betyr det også at det er rom for gode ideer og tiltak fra næringen. Det viktige er at strategien kan fylles med noe handlingssorientert når regjeringen skal jobbe for koblingen og Nasjonal ressursgruppe skal melde sine intensjoner. Operasjonalisering av tiltak og et tydelig ansvar for hvem som skal utføre det er et must om dette skal bli noe.

Men hvorfor skal man jobbe for en tydeligere kobling mellom lokalmat og økologisk – hva er mulighetsrommet lurer vi på.

– Likheter mellom lokalmat, utover at begrepene er dels overlappende fordi det ene kan romme det andre, er at det er små volum, andre verdikjeder enn disse storskalakjedene. Smått gir noen unike

muligheter, men samtidig også en del utfordringer.

I lokalmatoppskriften og i økostrategien er offentlige innkjøp nevnt som et virkemiddel. Randi har et tvisyn på situasjonen.

– Gjengangeren er at når man snakker om disse verdikjedene blir offentlige innkjøp trukket fram som et virkemiddel som kan gi stabilitet til både produsentene og kjøperne. Jeg er jo enig i den analysen og har troen på dette tiltaket, men så er mitt innspill at man ikke må tro at alle lokalmatprodusentene er klare til å levere til offentlige innkjøp. De mellomstore økoprodusentene er godt rusta til det, ja, fordi de allerede har et volum i produksjonen som gjør det enklere å levere til offentlige kunder. Det gjelder ikke alle.

Det er råvaren som må regnes som lokal, ikke foredlingen eller monteringen. Skal vi nå et 10 %-mål for økologisk, må råvaren være norsk.

ANN KRISTIN WANG

Kompetansebygging på begge sider av bordet er viktig, mener Gjertsen, og de gamle er som alltid eldst, som man sier. Nye tiltak må bygge på eksisterende kompetanse heller enn at man erstatter det som har tålt tidens tann med noe nytt og uprøvd.

– Matvalget har jo gått foran med å bygge kompetanse på kjøkken og hos innkjøpere på å handle lokalt og økologisk over mange år, og jeg mener de bør involveres i å lage kompetansepakker til både selger- og kjøpersida.

En mulighet hun lanserer er å legge mye av ansvaret for å organisere kompetansebyggingen til kompetansenettverket for lokalmat.

– De driver allerede med kurs og kompetansebygging, har systemer for det og erfaring gjennom tjue år med det. De kjenner lokalmarkedet og de har god innsikt i ulike målgrupper, noe som er ganske essensielt. Det brukes for mye tid på at man ikke forstår hverandre. Kanskje kunne kompetansenettverkene leie inn Matvalget og andre til å fylle innholdet i kurs. Poenget er først og fremst at ansvaret for slike opplegg må legges et sted.

Det ligger i navnet, men kompetansenettverket er et nettverk med fem regioner som har kompetanse på ulike områder.

– Hvis du i Oslo vil begynne med ysting kan Kompetansenettverket øst fortelle deg at du skal snakke med dem i vest, de er ostespesialistene. I både lokalmat- og økostrategien nevnes slike lokale «lokalmatmeglere», men i stedet for at hver kommune og fylkeskommune skal skrape sammen ressurser til noe nytt, er det rasjonelt å benytte denne eksisterende kompetansen i lokalmatnettverkene stedet for

å utvikle noe fra «scratch» for økologisk og for lokalt.

«Dessuten». Randi har fått vann på mølla.

– Dessuten er dette en fellesløsning som alle kan ta del av. Tilbudet er ikke avgrenset til om du er tilknyttet en merkeordning eller har kommet inn i sortimentet hos en større markedsaktør.

TENKE STEDLIG SAMMEN

Koblingen mellom lokal og økologisk mat har også Stiftelsen Norsk mat noen tanker om. Det er noen områder som er i fokus for lokalmat som også er relevante for norsk økologisk mat, mener fagansvarlig for økologi Morten Nymoen og fagsjef for lokalmat Jannine von der Fehr.

– Siden lokalmatprodusenter ofte også kan være økologiske produsenter bør man se på hvilke områder man kan utnytte synergieffekter i de digitale kanalene som lokalmat.no og nye finnøko.no hvor man kan koble økovirksomheter med innkjøpere. Dette kan også være med å bygge opp stolthet og engasjement for å handle lokalt og økologisk for forbrukere.

Dette med å få dagligvarebransjen med på laget er kanskje en del av nøkkelen også. For eksempel Meny's matskattordning. Her kan økologisk lokalmat «haike» med dem i markedsføringen. Faktisk har flere av de siste årenes mottakere av matskattstipendet til Meny vært økologiske virksomheter. Vi følger sporet fra Randi Ledaal Gjertsen og etterspør ordninger som er åpne for alle. De to fra Stiftelsen Norsk mat løfter opplæring og utdanning som et virkemiddel.

– Framtiden for mat handler blant annet om kok-



Illustrasjonsbilde: MAGNUS GULLIKSEN / MATPRISEN

ker, både til offentlige og private storkjøkken. Ved å integrere både lokalmat og økologisk mat i læreplaner og opplæring innen matfag, får fremtidens kokker og innkjøpere et helhetlig perspektiv. Fagpersonene i systemet må vite hvorfor og hvor de skal handle økologiske råvarer og lokalmat.

Dette med å involvere kokker og innkjøpere er noe veiledningstjenesten Matvalget, som Randi løftet, har førstehåndserfaring med. På oppdrag fra Landbruksdirektoratet skal de bidra til økt forbruk av (norsk) økologisk mat i landets storhusholdninger, private og offentlige. I oppdragene for de offentlige aktørene, er det gjerne basert på et politisk vedtak. Enkelte har et konkret vedtak om økologisk andel i matservering, f.eks. basert på fylkets eller kommunens egne miljøforpliktelser eller tilknyttet en Miljøfyrtårngodkjenning hvor man skal ha 15 % økologisk mat i sine storkjøkken. I disse satsingene er lokale innkjøp en variabel som enten oppdragsgiver eller Matvalget selv trekker inn, mens andre kun har et vedtak om lokalt produsert og ingen presiseringer knyttet til økologiske varer. Hvordan får de inn økologisk da?

LOKALE KREFTER

Matvalget er hyret inn til å bistå i to satsinger på lokalmat som er aktuelle i denne sammenhengen, i Trøndelag og i Agder.

I Trøndelag samarbeider de tre forvaltningsnivåene sammen om å øke den trønderske andelen av tallerkenen (omtalt i forrige nummer av dette magasinet). Matvalgets innkjøpsanalyser viser at det ikke kjøpes inn så mye trøndersk mat som kanskje man skulle ønsket seg (målet er 50 %), uansett om det er den spesialiserte lokalmaten eller bare rett og slett lokale råvarer. Med sitt mandat til å øke omsetning av økologiske mat i storkjøkken, ber Matvalget trøndelagsregionen om å se hva de har og gripe anledningen.

– Fokuset og entusiasmen for trønderske råvarer, kortreist og lokal mat er et slags «åpningsvindu». Her har de økologiske produsentene en konkret markedsmulighet: De kan sammen med andre lokale produsenter komme seg inn i en sektor som ikke har vært så tilgjengelig før. Til det må vi i Matvalget også hjelpe til med å lære og inspirere

kjøkken til å lage mat av de råvarene som finnes. Det blir litt motsatt tenkning av det vanlige – ikke kjøpe inn det som står i oppskriften, men lage oppskriften med de råvarene som er tilgjengelig. Det er beredskap i praksis, forteller Ann Kristin Wang, rådgiver i Matvalget.

Uten å fortape oss i definisjonen på lokalmat igjen, kommenterer Wang på et vesentlig poeng: Det er råvaren som må regnes som lokal, ikke foredlingen eller monteringen. Trøndersodd produseres både av norske og utenlandske råvarer gjennom året, avhengig av tilgjengelighet i matindustrien. Skal vi nå et 10 %-mål for økologisk, må råvaren være norsk.

– Vi har anbefalt å gå inn i denne satsingen med en råvare om gangen og vi starter naturligvis med potet. Trønderske økopoteter er lokale poteter, og vi ser gjennom matformidlingstjenesten Just Store at disse potetene er godt representert og tilgjengelig for offentlige innkjøpere.

Wang peker på noe flere av de andre vi har snakket med også: Verdikjedene er stort sett rigget for store volum. Separate varelinjer, som økologiske, men også generelt små, lokale, er upopulære fordi de lager «rusk i maskineriet». Vil man ha lokalsatsing og økosatsing, må man tenke nytt. Det behøver ikke å bety at man må kullkaste eksisterende strukturer, men supplere for å sikre at man får utnyttet alle varekjedene.

– I Trondheim kommune har avdeling for anskaffelser tatt innkjøp av lokale og bærekraftige råvarer på alvor, og bruker ekstra ressurser for å ta en aktiv rolle for å tilgjengeliggjøre Trøndelag for de offentlige kjøkkenene i kommunen. Dette prioriterer kommunen for å dra nytte av de læringspunkter det er å bruke lokale og økologiske råvarer.

Noe lignende påpeker hennes kollega Kristine Svenningsen. Hun vet hvordan man får mer lokalt, mer økologisk, inn i videregående kantinene i Agders måltidstilbud. Fylkeskommunen er miljøfyrtårnsertifisert, det vil si at de skal jobbe for 15 % økologisk andel i matserveringen.

– Innkjøpsavtalene som aktører som fylkeskommunen inngår, åpner ikke for lokale innkjøp fordi det er forfordeling. Det er ikke i tråd med anskaffelsesreglene. Det som gjør at man kan prioritere å handle lokal mat i det offentlige, er hensynet til befolkningens grunnleggende ernæringsbehov, altså selvforsyning, og se på hva slags produksjon det er praktisk mulig å få til lokalt.

Konkret peker hun på et handlingsrom: 20 % av varene kan handles inn utenfor innkjøpsavtalene.

– Vi oppfordrer skolene til å kjøpe de råvarene det er mulig å dyrke lokalt og som bidrar til fullverdige måltider. Dette er inngangen til hele saken: lokalmat er mulig, men alle må delta for at det skal fungere.

I Agder fylkeskommune defineres lokalmat som det som kommer fra eget fylke og de to nærmeste. I dette området vil det være mange mindre aktuelle økologiske lokalmatprodusenter man kan kjøpe fra, men volum er i utgangspunktet en utfordring. En konkret løsning har de funnet: I Kristiansand har arbeidsplasser som vektlegger sosial bærekraft fått en rolle i innkjøpssystemet.

– I Agder har KSI, en tilrettelagt arbeidsplass, fått rollen med å kjøre rundt og hente råvarer fra lokale bønder. I tillegg kan de vaske og kutte lokalt på egne lager før dette fraktes videre til skolekantinene. De tar de små volumene som de store ikke kan ta. Denne løsningen er smart for å komme i gang – alt dette er nybrottsarbeid!

Å gjøre tilgjengelig

*Å gjøre produktene våre tilgjengelige
har vært gjennomgående viktig for gartneriet vårt.
Tilgjengelighet skaper tillit.*

Alle våre kunder kan ikke reise til oss i Jevnaker og vi er avhengig av verdikjedene for å distribuere og selge videre til de som vil ha det vi produserer. Det er vi takknemlige for, men vi har også et tosidig forhold til grossistledet.

Vi vil gjøre økologien tilgjengelig. Noen ord på emballasjen og vipps! har man kontakt med forbrukeren og har startet kommunikasjonen. Men grossister flest liker ikke sånt. Produktene skal helst være anonyme og byttbart med andre leverandører, eller helst import. Vår økologiske eføy var den beste på markedet i hele Nord-Europa (den var økologisk, men fikk aldri sin egen varelinje hos grossisten så økologien fikk de på kjøpet hos oss). Den kosta en del mer, ikke fordi den kosta mer å produsere, men fordi vi hadde knekt koden på kvalitet, vi hadde knekt en biologisk nøtt, til tross for at vi fikk høre at det var umulig å produsere eføy økologisk. Produksjonskostnadene var faktisk lavere enn ikke-økologiske (men det sa vi ikke høyt).

Eføy blir man ikke sunnere av å spise økologisk, den skal jo ikke spises. Jeg vil hevde at debatten om at økologisk skal være sunnere for den enkelte både er snever og utgått på dato. Sunnhet skulle etter min mening aldri vært et argument for økologisk. Det er produksjonsmetodene som brukes, arbeidsmiljøet hos gartneren og alle som jobber med og har varene i hendene sine, som betyr noe.

Økologisk planteproduksjon i veksthus er faktisk så enkelt at vi trodde det skulle bre om seg, naive som vi er!

Men enkelt å produsere økologiske blomster og planter i veksthus er det altså. Mye enklere enn å drive konvensjonelt, rimeligere driftskostnader er det også. Det vet vi som har prøvd begge deler.

Vi syntes det var stas å produsere økologiske pottedplanter, for det handler veldig mye om produksjonsmetodene for oss. Alle produksjoner er biologiske og har stor påvirkning på produsenten, dens familie og naturen rundt, og grunnvannet under, lufta over, bekken ved siden av. For vi produserer jo i naturen alle sammen, og det er så lett å glemme når vi eier et stykke natur, og samfunnet forventer utvikling, verdiskapning og avkastning, arbeidsplasser og skatt. Alt det et stykke natur skal produsere for storsamfunnet. Med bonden som driftsoperatør.

Historien om vår økologiske eføy som ble friskere og fikk en 'evig' holdbarhet hos kunden er som følger; Når vi sprøyta mot for eksempel trips, bladlus eller med soppmidler mot rotsjukdommer, fikk vi et spinnmiddangrep noen få uker etterpå og måtte sprøyte mot det. Spinnmidden kommer alltid tilbake, og er en stor utfordring på eføy og mange andre planter som agurk og jordbær. Når vi under-

søkte hvorfor, fant vi ut at det er en nyttesopp på bladverk som er en naturlig fiende til spinnmidd. Ved sprøyting mot hva som helst, kverka vi denne soppen, og spinnmidd fikk overtaket. Det enkle grepet var altså å parkere sprøyta for å la naturen gjøre jobben for oss. Samtidig skaffa vi oss verdifull kunnskap om biologien i vår spesifikke produksjon. Kunnskap vi ikke hadde som konvensjonelle produsenter. Det er bedre å ha 'in house' kunnskap om vår økologiske produksjon, det gjør det spennende og levende å drive. Kunnskap om biologien og samsillet i jorda, hvordan rotspissen kommuniserer med mikrobene og spiser bakterier og melker de for næring. Og hvor fantastisk er vel ikke det? All den kunnskapen vi har i økologisk jord og hagebruk om vekstskifte, om forgrøder og hvordan de forskjellige kulturene påvirker jord. Dette er felles nedarva kunnskap som man kan bruke om man vil det. Og ikke minst, denne kunnskapen er lokal. Den tilhører den som jobber med jorda. Kunnskap om kjemiske stoffer som kverker spinnmidd er ikke lokal.

Økologiske produsenter ønsker denne kunnskapen, og de må også ha den. På denne måten frigjør de seg og kan drive jorda si på egne og lokale ressurser. Man lærer alle de små detaljene i veksten, i jordstrukturen, ugras og skadedyrpreset. Man lærer å være en observatør og tilrettelegger for det gode liv i jorden. La naturen gjøre jobben, legge til rette for, og optimalisere disse naturlige prosessene i jorden.

Det er kunnskapen om biologien, om økologien, som er økologiens potensial. Flere og flere får opp øyene for å ta vare på naturen rundt oss. Økologiske produksjonsmetoder er konkrete. Vår oppgave er å formidle hva økologien handler om (ikke hva den ikke handler om). Vi må gjøre folk

ARVID UDO
DE HAES

De Haes Gartneri er et heløkologisk gartneri på Hadeland med stort utvalg av økologiske grønnsaksplanter, urter og blomster. De holder kurs i kjøkkenhagedrift, og etablerer kjøkkenhager på oppdrag.



interessert i natur, i økologien og de konkrete resultatene det fører med seg for naturen rundt den enkelte gården. Det er da mennesker kan få disse «aha-opplevelsene» og plutselig skjønner noen flere sammenhenger.

I endimensjonale for-og-mot-debatter, som den vi fikk i høst, er det å rakke ned på våre kollegaer som driver annerledes enn oss, en del av debattlogikken. Dette går begge veier, både fra økologisk til konvensjonelt og konvensjonelt til økologisk. Det er en uklok vei å gå, for mange av oss er nemlig begge deler eller har vært begge deler. Forbrukere vil høre den gode historien, de ønsker å få god samvittighet og en god følelse av å handle økologisk.

Store deler av debatten drives av de som ikke har inntekta si fra jordbruket og de mangler kanskje det kollegiale nettverket bøndene har på tvers av produksjonsmetodene. Nettverket rundt landbruket er spissa, noen jobber for kornbøndene, noen for melk, andre for kjedene, for grønt, eller noen for økologisk. Det er ikke et kollegialt nettverk på tvers av siloene og driftsmetodene. Det konkurreres. Man jobber for sin egen gren og ønsker å forsvare interessene man jobber for. Dette fører til tider til en snever debatt og virker kontraproduktiv i å få flere til å velge økologisk. Hver økoproduksjon har sine suksesshistorier, og disse må vi komme ut med. Det må snakkes mer om økologisk. Det må normaliseres.

Tiltak 10:

Forbedre statistikken over omsetning av økologisk mat og drikke

Så er vi her til slutt med tiltak 10, det siste og det korteste i strategien.

Hvert år presenterer Landbruksdirektoratet en rapport om produksjon av økologiske jordbruksvarer som inneholder tall på omsetning fra dagligvare, i tillegg til storhusholdningsmarkedet, enkelte spesialbutikker, bakerier/kaféutsalg og Bondens marked i Norge. Stortinget ønsker seg 10 % økologisk jordbruksareal på sju år. I mellomtiden vil vi gjerne vite om anvendelsesgraden av epler og pærer, andelen importert og norskprodusert økologisk vare, hvilke varekategorier som vokser og hvilke som synker, og Landbruksdirektoratet vil nok kunne gi oss det.

Tiltak 10 er å lese som et løfte fra Landbruks- og matdepartementet om at arbeidet med å forbedre statistikken over omsetning av økologisk mat og drikke. At det ikke finnes oversikt over importen av økologiske produkter, er vesentlig. Å kunne gi et mer dekkende bilde av det norske forbruket av økologisk mat er en ambisjon.

– Debio Markeds forbrukerinnsett viser at de mest ihuga økoforbrukerne handler oftere enn gjennomsnittet fra alternative salgskanaler som REKO, Bondens marked og gårdsutsalg. Et mer detaljert datagrunnlag for disse kanalene, HoReCa, offentlig innkjøp og en oversikt på importerte økologiske produkter, vil kunne gi viktige signaler til den norske bonden. Om det norske landbruket skal følge forbrukerpreferansene, er det vesentlig å vite hva som etterspørres på økologiområdet i det

norske markedet, sier Idun Leinaas, leder marked og kommunikasjon i Debio Marked.

«Politikk» har av en politiker blitt beskrevet som at det handler om å ville. Men hva er vel viljen verdt uten handling. I etterkant av at dette magasinet går i trykken vil intensjonsavtalene med deltakerne i Nasjonal ressursgruppe bli presentert. Hva vil hver enkelt målbinde seg til?

Vil ord og handling gå hånd i hånd? Vil ordene og tallene smelte sammen, slik at ti tiltak i den nye økostrategien skal bli til 10 % økologisk areal? Eller vil de som, i Inger Hagerups dikt møtes for å slåss?

Som Mikael A. Meland Leksen fra Landbruksdirektoratet sa tidligere i år: 10 % areal vil si 10 % økning hvert år fram til fristen som er satt. «Vi vinner alltid, sa tallene. Vi gir oss aldri, sa bokstavene.»

En slik omlegging av landbruket vil kreve at alle gjennom verdikjeden bidrar og sammen styrker det som skal «forsterke kunnskap om matproduksjon som ikke går på bekostning av naturen og vårt fremtidige ressursgrunnlag», slik det formulert i statsrådets innledning til den nye økostrategien.

En slik måte å ordlegge seg på, finner vi også i intervjuet med statsråd Sandtrøen i dette magasinet: «Akkurat det», å interessere seg for dyr og planter, å utnytte lokale ressurser og bli mindre



Illustrasjonsbilde: DEBIO

avhengig av importerte innsatsfaktorer, «er veldig viktig for å kunne produsere mat stabilt i et evighetsperspektiv.»

Skal det bli noe mer enn bare et tall og noen ord som ikke har noe med hverandre, må vi jobbe sammen. I tillegg til de nødvendige strukturelle endringene og praktiske ordningene som kreves for økt økolo-

gisk produksjon og omsetning, må vi i tiden framover fortsette å snakke med hverandre, vi må tåle forskjellighet, være nysgjerrige og løfte hverandre. Kun slik kan vi unngå at det går som med ordene og bokstavene hos Hagerup:

Dermed lå de der
hulter til bulter.

Pølser og griser

og reglene for begge deler

Tekst: PETER MØLLER

At det finnes regler for økologisk landbruk, tør man anta er allmennt kjent. Alle som har stått i butikken med en matvare i hånda og kontemplert innholdslisten har kanskje lagt merke til at det gjerne merkes hvilke av ingrediensene som er økologiske. Kanskje har det også ledet tankene mot hva det egentlig betyr at noe er økologisk når det ikke lengre er bare en enkel råvare? Har man riktig god tid der man står og fundrer, kan man kanskje også undres over hva slags regler det er, hvorfor er de som de er og hvem har bestemt at de skal være slik?

Selv ble jeg hensatt til slik undring etter en nyhetssak i fjor om at kunstig røykaroma fases ut i EU og derfor også i Norge. Røykaroma brukes i mange produkter, blant annet bearbeidet kjøtt og pølser. Det er enklere å tilsette røykaroma enn å henge produktene i egne røykerom. Snertent og sikkert økonomisk gunstig.

Bakgrunnen for forbudet var en studie som viste at det var en kreftisiko forbundet med disse produktene. Tilsetningen var ikke lenger regnet som forsvarlig for menneskelig konsum.

Det som satte i gang tankeprosessen var det at denne endringen ikke berørte økoprodukter: Røykaroma var i utgangspunktet ikke tillatt i økologisk foredling. Men hvorfor var ikke akkurat dette tillatt, og hvem hadde bestemt det?

Svaret på spørsmålene ligger hos EU-kommisjonen og i EUs regelverk for økologisk produksjon, og slik sett kunne denne saken vært ganske kort. Men for å spørre som en fireåring med uvanlig stor interesse for økologi: Hvordan kom de fram til det?

Svaret er den rådgivende ekspertgruppen som forkortes til EGTOP. En som sitter i dette utvalget, er

Matthias Koesling, bosatt på Tingvoll på Nordmøre og forsker i NIBIO. Til å jobbe med økoreglens detaljer er han raskt ute med å peke på at regler i dag ikke bare er enkelt.

– Min bakgrunn er fra praktisk landbruk, og da jeg var leder for Midtnorsk forsøksring i 1996 var reglene for økologisk produksjon et hefte på cirka 16 A5-sider som du kunne lese deg gjennom på en ettermiddag. I dag har det blitt svært innviklet!

Koesling sier han har forståelse for at regelverket kan oppleves som komplekst for produsenter, men han peker samtidig på at de fleste i dag ikke dyrker sin egen mat, men kjøper maten i butikk. Da er økoregelverket et viktig bindeledd mellom produsent og butikkkunde. I en verden med global handel og videreforedling av matvarer, må man for forbrukernes del ha et regelverk som kan stoles på og som omfatter produksjon og videreforedling av varer, både i eget land og for import. Han bruker matsvinn fra dagligvare som forvare som eksempel.

– Når det gjelder husdyrhold, så skal ikke bare dyreholdet og fôr fra egen gård være godkjent økologisk, men også fôr som muligens kjøpes inn eller tas imot. En bonde som driver økologisk, har ikke lov til å ta imot matvarer som ikke kan selges fra butikken og bruke det som dyrefôr. Selv om man gjerne kan si at dette er en super mulighet til å redusere matsvinn, må også fôret være økologisk. Å bruke matrester fra konvensjonell produksjon ville være misvisende ovenfor forbrukere og undergrave tilliten til økologisk som merkeordning. Å ha kontroll over produksjon og foredling av matvarer blir enda mer kompleks og komplisert når det meste ikke er lokalt produsert og bonde og kunden kjenner hverandre. Matsystemet har tross alt i stor grad blitt internasjonalt og globalt. Når

vi importerer økologiske varer fra andre land, må vi ha visshet om at produksjonen er i henhold til regelverket for økologisk landbruk. Da er det en stor fordel å vite at andre land har et sammenlignbart regelverk.

EGTOP er altså en ekspertgruppe som jobber for EU-kommisjonen. Navnet står for «Expert Group for Technical Advice on Organic Production», og de rådgir i tilfeller hvor det er uklart hvordan man skal videreutvikle regelverket i tråd med verdiene for økologisk produksjon.

– Medlemmene i ekspertgruppen sitter i en fireårsperiode og praktikere, veiledere og forskere med relevant bakgrunn kan søke om å være en del av EGTOP. Det settes en fast gruppe på 13 personer med bred faglig bakgrunn innen landbruk, foredling, prosessering og salg, import av førvare, osv. De lager så undergrupper og kan invitere med eksperter etter tema, faglig fordypning, med minst én fra den faste gruppen og ekspert på feltene. Man står også fritt til å spørre eksperter utenfor gruppene.

Når det kommer forespørsler om å forandre regelverket, er det mange hensyn å ta. Et eksempel er behovet for å ta høyde for geografiske forskjeller når man skal forandre regler for inne- og uteareal til gris, hvor utfordringen i sør er faren for at grisene blir solbrente og har behov for skygge mens i nord kan både griser og drikkevannet fryse. Det er jo et refleksjonspunkt, nå som vi er tankefulle, at et prinsipp om å drive landbruk i tråd med naturens premisser, er jo ikke det samme uavhengig hvor du bor. Naturens premisser er ikke én ting.

Hvordan kommer en sak til EGTOP?

– Landbruksdepartementene i de ulike landene sender inn problemstillinger til EU-kommisjonen, som kan be EGTOP utrede og vurdere. Undergrupper jobber med saken, utarbeider en rapport og sender til den faste gruppen som diskuterer, fullfører og godkjenner den med en anbefaling. Denne rapporten sendes så til kommisjonen som bruker den som grunnlag for å vurdere om det blir regelverksendringer.

Blir vi overkjørt av at «avgjørelsene tas i Brussel» slik det ofte tordnes om i landbruksrelaterte Facebook-grupper? At vi har et felles regelverk for økol-

ogisk produksjon har i alle fall en del fordeler, mener Koesling.

– Det finnes flere gode grunner for at Norge ikke skal være en del av EU, men jeg vil mene at på akkurat dette punktet er det sterke fordeler å være tilknyttet gjennom EØS. Et regelverk som er forankret og felles i hele EU står mye sterkere når produkter skal importeres. Et eget norsk økoregelverk ville stått svakere i møte med en omverden som kanskje ikke ønsker å etterleve strenge krav. Forankringen i EU gjør også at EGTOP kan gå inn i saker når de meldes inn av ulike land og tidlig kan vurdere hvorvidt noe skal tillates før problemstillingen når Norge. Selvfølgelig må det inngås kompromisser av og til, men alt i alt er dette samarbeidet en styrke.

Interessen for økologisk produksjon er større i mange EU-land og EU har et ambisiøst mål om 25 % økologisk jordbruk innen 2030.

– I mange EU-land kommer drikkevannet fra grunnvannet. Det gjør at man er mer utsatt for utvasking av sprøytemiddelrester og næringsstoffer som kan havne i drikkevannet. Dette har ført til at mange forbrukere har blitt kritisk til en intensiv bruk av gjødsel og plantevernmidler og konsentrert dyrehold. Bevisstheten om spillet mellom landbruk, natur og vår egen helse er tydeligere når man ser hvor skjørt skillet kan være.

Vi runder av samtalen med Koesling. Det startet med tilsetningsstoffer og endte med en begrunnelse for hvorfor vi bør satse mer på økologi. Men hva var grunnen til at røykaroma ikke er tillatt i økomaten forresten? Jo, det var flere grunner, får vi høre: Både et generelt føre-var-hensyn for menneskehelsen, at bruken kunne være misvisende for forbrukere, men kanskje viktigst av alt: Det finnes en naturlig måte å gi mat røykpreg på, nemlig med ild og spon. Så enkelt. Tenk det!



MATTHIAS KOESLING

Matprisen 2025

I år ble Matprisen utdelt for tolvte gang, og dette ble feiret med stor fest på Vippa i Oslo den 10. november 2025.

Matprisen er Norges viktigste matpris og hyller bønder, produsenter, kokker, formidlere og de som bryr seg om bærekraftige måltider. På de følgende sidene presenteres både nominerte og vinnere. Les om prisutdelingen, juryen og mer på matprisen.no

Matprisen arrangeres i samarbeid med Thon Hotels, NHO Reiseliv Innkjøpskjeden og Debio



Matprisen spiller en viktig rolle i å øke bevisstheten om økologi og bærekraft, og har en positiv innvirkning på verdiskapning. For Thon Hotels, som satser på kortreist og lokalt produsert mat, er samarbeidet med Matprisen en selvfølge.

Vårt mål er å øke bevisstheten blant gjestene våre om viktigheten av å støtte norsk landbruk, samtidig som vi fremmer lokale råvarer. Dette er en av våre viktigste satsninger for tiden.



**NHO
Reiseliv**
Innkjøpskjeden

NHO Reiseliv Innkjøpskjeden støtter Matprisen fordi den løfter fram aktører som tar ansvar for bærekraftige måltider og en mer miljøvennlig matbransje. Aktører som investerer i bærekraftige løsninger, er med på å forme fremtidens matvarebransje, en bransje der hele verdikjeden er i fokus. Vi mener det er viktig å gi anerkjennelse og støtte til de som fremmer økologisk råvareproduksjon med fokus «fra jord til bord». Sammen med Matprisen og øvrige partnere ønsker vi å bidra til en utvikling der kvalitet, økologi og ansvarlig ressursbruk står i sentrum. Dette er avgjørende for reiselivsnæringens langsiktige konkurranseevne.



Debio har merket mat i Norge i snart 40 år, og varer merket med våre godkjenningsmerker er garantert økologisk og bærekraftig. Vi støtter Matprisen fordi vi mener at de som produserer og serverer bærekraftige måltider, og som bryr seg om jorda, dyra og maten vi spiser, fortjener all den heder de kan få.

Partnere



Matvalget



Venner



Maschmanns



ÄNGLAMARK



vilje



OlssonBarbieri

Det lille i det store, det lange i det korte

Intervju med vinner av Årets råvareprodusent 2024 HUSEBY GÅRD

På gården til Per og Karine dyrkes det ikke bare kål og gulrøtter, men også levende jord, nysgjerrighet og framtidstro. Som «stor liten produsent» og vinner av Matprisens Årets råvareprodusent 2024, viser de hvordan økologisk drift, skolehage og lokalt engasjement kan bli til ren mat, sterkere beredskap og ekte matglede – for både små og store.

Tekst: RANDI BORGE Foto: PRIVAT



Hva betydde det for dere å motta pris under Matprisen 2024?

– Det var veldig hyggelig og overraskende både å bli nominert og å vinne Matprisens Årets råvareprodusent 2024. For oss var det et friskt pust og morsomt løft i hverdagen! Det å bli lagt merke til, i en bransje som jo er preget av både større og mer profilerte produsenter enn oss, var det en fin bekreftelse på jobben vi gjør her på gården og engasjementet vi har for bærekraftig, lokal beredskap og ren mat.

Hva betyr et levende jordsmonn for dere og lokalmiljøet? Hvordan setter dette premisset for daglige valg på gården?

– Et levende jordsmonn betyr jo egentlig alt for oss alle! Uten et rikt biologisk mangfold, både i jordsmonnet og landskapet rundt oss, vil energiomsetningen bli redusert og jordas produksjonsevne settes tilbake. Med støvlene på, har vi valgt å formidle dette aktivt der vi er.

Hvem utgjør teamet på gården og hvordan fordeles dere rollene gjennom sesongen?

– Det er oss to, Per og Karine, med god hjelp av Karines far Clas og barna våre Emil (17), Ingelin (15) og Anine (10), som utgjør den harde kjernen. I tillegg har vi noen gode ansatte gjennom sesongen, opp til fire-fem stykker. Det er også noen skoleelever innom, og innimellom samarbeider vi med noen praksiselever i videregående skole, når de har behov for det. Vi er ingen stor produsent, men vi pleier å si at vi er en stor liten produsent. Vi fungerer som spillende trenere der hele laget er med! De ansatte hjelper til med planting, laking og høsting, samt pakking av kål til Bama om sommeren.

Hvorfor økologisk drift?

– Det er et paradoks at det brukes gift i matproduksjonen. Det gjøres alt for lite for å fremme

alternativene til bruk av kjemisk plantevern. Vi ønsket å bruke erfaringene vi gjorde oss gjennom økologisk drift, inn i den konvensjonelle delen av drifta vår. Basert på at vi allerede så en bedre plantehelse der vi radrenset ugress mekanisk og manuelt, noe som i tillegg ga et sunnere mangfold av insekter, la vi om deler av egen jord til økologisk i forbindelse med generasjonsskiftet i 2007. Det både virket og kjentes bedre på alle måter å kunne produsere økologisk for salg her i eget gårdsutsalg.

Hvilke verdier ønsker dere å formidle gjennom råvarene deres?

– At grønnsaker er godt, gøy og enkelt! Vi håper at vi, gjennom våre produkter og vår produksjonsmåte, kan være med og inspirere og invitere enda flere til å både spise og dyrke mer grønnsaker selv! Vi vil vise mangfoldet, fargene og mulighetene gjennom året. Vi brenner for sesong. Og så er det dette med naturens egne kretsløp, mikrobiologi, fotosyntesen, karbonbinding, klima og beredskap. Maten vi dyrker og spiser er en del av løsningen, og vi vil forsøke å vise dette i det vi driver med!

Vil dere fortelle litt om hvorfor dere har satset på skolehage på gården og hva barna og dere lærer av dette?

– Det å vite hvor maten kommer fra er ekstremt viktig, både for små og store! Vi opplever til stadighet at veien fra jord til bord verken er kortreist eller spesielt bærekraftig. Råvarefokus, selvberging og beredskap står svakt i samfunnet. Det gjør oss mennesker både syke og sårbare, for alt henger sammen. Per og jeg brenner begge for å kunne formidle sammenhengene, det lille i det store, det lange i det korte. Når barna forbinder seg med denne kunnskapen, ved å grave fram meitemark som beiter rundt røttene til ei gulrot, er det lett å formidle historien om fotosyntesen som omsetter sol til sukker, og hvilken rolle plantene spiller i dette fantastiske underet!



I lys av 10 %-målet for økologisk areal innen 2032: Hva må til for å nå det i praksis – fra dere, fra markedet og fra myndighetene?

– Matproduksjon er, som det meste annet, politikk. Så la oss begynne med hvordan vi kan få på plass de riktige insentivene for at flere skal starte å dyrke jorda riktig, og gjerne økologisk. Vi vet så mye om sammenhengene i naturen, kretsløpene og betydningen av et rikt mikrobiologisk mangfold både her og i jordsmonnet i dag, at dette burde ligge til grunn for all drift, både innen forvaltningen og primærnæringene.

– Det kunne for eksempel vært slik, at produksjonen kun mottok støtte dersom de satte jordhelsen i sentrum for driften. Ja hvorfor ikke? Siden vi overtok, har vi litt spøkefullt uttalt at «all produksjon i Norge burde være økologisk». Det er noe i dette; dersom politikerne og beslutningstagerne, ja selve samfunnet virkelig vil ha en endring, så er det pisk og gulrot – i form av kunnskapsdrevne økonomiske insentiver, det vil si landbruksoverføringer som fremmer jordhelse, som gjelder.

– Muligens burde man også gått inn og regulert markedet, dersom man virkelig ville. Dersom markedet blir stimulert til å selge mer økologisk,

vil de kjøpe mer økologisk, og vi kan produsere mer økologisk. Og så videre.

Hvordan kan «spydspissfunksjonen» til økologisk landbruk styrkes?

– Sett i lys av svaret over, er det vel i kraft av sin posisjon som frontkjemper, at økologisk kan styrkes med gode argumenter. Spesielt ville det hatt stor betydning dersom det offentlige prioriterte økologisk i sine innkjøp.

Hvilket råd skulle dere ønske dere fikk da dere startet – og hvilket gir dere videre til andre som vil satse økologisk?

– Vi startet jo tilsynelatende med ganske blanke ark selv, og ble stort sett frarådet å drive økologisk av rådgivere. Men så gjorde vi det på vår måte og startet gradvis med omlegging av små areal. Vi tenker ofte på akkurat denne problemstillingen når vi leser i media om gjeldsnivå og belåningsgraden i landbruket. Alt for mange synes å starte opp med å skulle drive for stort, og en del klarer det takket være støtteordningene i landbruket. Muligens hadde flere hatt godt av å satse i litt mindre skala, men det er jo ofte slik at støtten gis til stort større størst.

MATPRISEN Vinner



Foto: LISBETH MICHELSEN

ANNECHEN BAHR BUGGE

Å invitere andre inn i en verden de fleste ikke kjenner fra før, er noe som kjennetegner årets vinner av Matprisen. Ikke fordi denne verdenen man inviteres inn er så ny – heller omvendt. Den maten vi spiser og den vi ikke spiser sier noe om hvor vi kommer fra og hvor vi er på vei. En raushet og smittsom interesse for feltet kjennetegner vinneren, som ikke står på bar bakke, men bygger på både egen innsikt og evnen til å knytte bånd og få andre i tale. Årets vinner dokumenterer og formidler gjennom det skrevne og det muntlige ord og gjennom bilder. Bare bok gjør ingen klok, men det gjør derimot årets vinner, Annechen Bahr Bugge!

De nominerte til Matprisen kjennetegnes ved at de

- **Formidler positivt om bærekraftig matproduksjon**
- **Har modige og sterke meninger og handlinger knyttet til mat og landbruk**
- **Deler egne erfaringer og bidrar til samarbeid og åpenhet**
- **Har en høy grad av innovasjon i sitt virke/prosjekt**

MATPRISEN Nominert

Lystgården

Lystgården er et hus, en ideell stiftelse og en idé om å formidle kunnskap på en inspirerende måte slik at folk er i stand til å ta gode matvalg. Gjennom dyrkekurs, kokekurs, marked, skolehage, foredrag, langbordsmiddager og mye mer formidles sammenhengen mellom bærekraft, ernæring og matglede. Slik blir barn og voksne i Bergen bemyndiget til å kunne vise handlekraft når de skal velge mellom det raske og usunne eller det bærekraftige og nærende i butikk, eller kunne gjøre seg erfaringer som hobbygrøntprodusenter selv.



Máret Rávdná Buljo

Samisk matkultur er norsk matkultur, men lite omtalt i den bredere offentligheten. Máret er en av de som de siste årene har fremmet og gjort kjent tradisjoner, skikker knyttet til mat og matproduksjon i samisk kultur. For tiden skriver hun en bok om temaet på engelsk og nordsamisk. På det viset gjør hun oss kjent med en del av vår felles historie som mange ikke kjenner og gir en validering til de som lever ut de praksisene hun formidler. Det tradisjonelle er ikke bare en historie om det som engang var, men også en mulig vei videre.



DEBIOPRISEN Vinner



Foto: HØRTE GÅRD

HØRTE GÅRD

Debioprisen er til for dem som med Debios Ø-merke i hånd stolt løfter fram at det de tilbyr markedet er sertifisert økologisk. Det gir kunder en trygghet om at det de kjøper kommer fra en bærekraftig matproduksjon. Årets vinner har vært tydelig på hva dette innebærer og kommunisert det sterkt og klart for omverdenen. Det er miljø og kvalitet hånd i hånd. Gården er der maten kommer fra, men vi finner den som regel i butikk. Det er en berikelse for store og små å kunne finne smaksrike, økologiske grønnsaker fra årets vinner i hyllene. Du hørte det først her: Årets vinner er Hørte gård!

Kriteriene for å nomineres til Debioprisen er at virksomheten er

- En aktør som strekker seg langt i sitt arbeid innen økologisk produksjon, foredling, salg og servering
- Bruker aktivt Ø-merket og/eller Debios serveringsmerker i sin formidling og kommunikasjon
- Formidler aktivt kunnskap og inspirasjon rundt økologisk matproduksjon og forbruk

DEBIOPRISEN Nominert

Holt gård

I 35 år har Roar og Rakel drevet Holt, den økologiske gården i Undrumsdal. Den nye generasjonen tar over nå, men ønsket om å bygge opp gode livsprosesser i jorda og naturen og gi god velferd for dyra varer ved. Med en kombinasjon av gårdsutsalg, åpen gård for barn og unge, omsetning i REKO-ring og andelsgård forsyner de folk med grønnsaker, ullgris og meieriprodukter. Det er kyrne og melka som kanskje står mest sentralt i drifta. En miks av gamle kuraser får gå fritt ute gjennom året og kalvene går sammen med mora i flere måneder. Selv mener de at det er insektene og meitemarken i jorda som er deres viktigste husdyr.



Foto: HOLT GÅRD

Superkraftmat

Man kan være uenig om hvilken mat som gir en superkrefter. Fra putrende kjeler på Ringsaker kommer det et bredt utvalg av kraftig Superkraftmat, utviklet for å utnytte hele dyret. Kraftkokingen kombinerer både tradisjon og ny teknologi for å skape produkter som nærer og samtidig reduserer matsvinn. Fra tidligere avfallsdeler på vilt og økologisk sertifiserte dyr, kommer smaksrike produkter uten tilsetningsstoffer. Superkraftmat stiller krav om at råvaren skal komme fra 100 % grasfôra dyr og kommuniserer tydelig at de er kompromissløse på økologi og ekte matvare.



Foto: SUPERKRAFTMAT

ÅRETS PRODUSENT Vinner



Foto: VILLBRYGG

VILLBRYGG

Årets produsent er en pris til foredlingens edle kunst: Det er en forvandling fra natur til kultur, fra noe vi ikke kan nyttiggjøre til noe vi kan nyte. Vi er ikke ville dyr, vi spiser ikke bare det som kommer rett fra naturen i sin opprinnelige form, men kultiverer og utvikler. Det gir nye egenskaper, nye smaker. Målet er likevel å ikke miste koblingen tilbake til opphavet. I så fall taper vi noe. Årets vinner skaper et bånd fra natur til kultur. Årets vinner lar smaksrikdommen komme fram, og lar det ville skje i glass slik som i flaske. Kanskje gir det ikke frelse, men å drikke eliksirer som kombinerer det beste fra biodynamiske gårder og den ville naturen er heller ikke verst. Gratulerer, Villbrygg!

De nominerte kjennetegnes av å være

- En aktør som produserer bærekraftige og økologiske produkter
- En aktør som har utviklet et produkt med bred markedsappell, som bidrar til å endre folks mat- og drikkevaner i en mer bærekraftig retning
- En aktør som bidrar til å øke mangfoldet av norske, økologiske og bærekraftige produkter i markedet

ÅRETS PRODUSENT Nominert

b.culture

Enten råvaren er norsk havsalt, eller økologiske erter og bygg eller kaffegrut og andre biprodukter og overskuddsvarer, skaper b.culture matmagi. Gjennom å fermentere råvarene kan de skape intense, smaksrike sauser og tilsetninger som hever måltidene både hos stjerne restauranter og hjemme i private hjem. Fremgangsmåten gir nytt liv til biprodukter som sjøkreppskall eller øl som produsentene brant inne med under pandemien og viser mulighetene for å forvandle matsvinn til matkunst.



Foto: NANCY BUNDT

Heidrun

I et land som man mener først og fremst duger til beiting, er det viktig at noen faktisk satser på de som virkelig kan beite. Heidrun på Tynset produserer pinnekjøtt, fenalår og spekekjøtt av ikke bare lam, men også kje. Ved å ta inn kje som har fått beite gjennom sommeren kan dyrene både få vokse seg store og drive landskapspleie gjennom sesongen. Det gir større matmangfold og utnytter en ressurs som ofte går til spille. Heia Heidrun!



Foto: HEIDRUN

ÅRETS RÅVAREPRODUSENT Vinner



Foto: HOVELSRUD GÅRD

HOVELSRUD GÅRD

Prisen Årets råvareprodusent er en omsorgspris, for de som tar vare på jorda, dyra og menneskene. For slik henger det sammen, i en helhet. Og i den helheten inngår også vi, alle vi som ikke lager vår egen mat, men kjøper maten av andre. Vi trenger gårdbrukerne mest av alle. Vinneren av prisen har i en årrekke stått i forkant og vist veien for andre. Forbilder for en annen måte å drive gården på, med omtanke og med hensyn til det levende liv. Årets råvareprodusent driver med noe som ligner trylling: For hvordan ellers kan noe slik ende på vårt spisebord? Smaksrikt og bærekraftig fra dyr som får gå fritt ute i dagslys. Vi kan ikke stanse vår hylling av årets vinner for livet de gir til sin kylling. Gratulerer, Hovelsrud gård!

De nominerte kjennetegnes av å være

- En bonde, fisker eller sanker som produserer økologiske og bærekraftige råvarer
- En aktør som villig deler egne erfaringer og bidrar til samarbeid og åpenhet i sin bransje
- En aktør som bidrar til å øke mangfoldet av norske, økologiske og bærekraftige produkter i markedet

ÅRETS RÅVAREPRODUSENT Nominert

Frebergs

På 6000 mål dyrker de tre brødrene Freberg grønnsaker, korn, frukt og blomster i Vestfold og på Toten. De er kanskje spesielt kjent for kvalitetsproduktet Hvasser-asparges, men produktene deres finnes ikke bare blant de ferske råvarene. Fryste grønnsaker betyr norsk sesongråvare utenfor sesong, noe som forlenger selvforsyningen gjennom året og gir mindre matsvinn. Presisjonsagronomi står sentralt i driften og ny teknologi benyttes blant annet for å redusere belastningen på økosystemet.



Foto: JIMMY LINUS

Horgen gård

På Romerike har den fjerde generasjonen Qvale tatt over Horgen gård hvor det på 800 mål drives regenerativt og økologisk. Det sistnevnte har gården vært sertifisert som siden 1989. Gårdbrukerne peker på fotosyntesen som sin verdiskaper, enten det er fôr til kyrne som lever helt på grasfôr eller til de 40-50 slagene grønnsaker de tilbyr. På Horgen går grisene fritt ute og spiser soyafritt mens hønsa lever ikke verre med mobile hønsehus. «På Ringerike trenger'u'kke penger» heter det i sangen for «Der eru selvforsynt med alt du trenger» og slik er det kanskje også på Romerike?



Foto: MALIN LONGVA

ÅRETS KJØKKEN Vinner



Foto: HENRIETTE HVIDERØSKÅR BJARVIN

MORTENS KRO

Prisen Årets kjøkken handler om at man serverer sine gjester smakfulle og bærekraftige måltider enten man er liten eller stor, serverer få eller mange. Prisvinneren viser i sin bransje at man kan tenke nytt og ta bærekraftige matvalg. Mange tar omveien til årets vinner for å spise mat laget fra bunnen med et gjennomtenkt råvarevalg. Det er kanskje ikke noe som heter sertifisert go', men vinneren viser stor vilje til å være nettopp det, og demonstrerer at tradisjonelt ikke står i motsetning til bærekraftig. Den skal tidlig krøkes den som god kro skal bli, og det er det årets vinner er. Gratulerer til Mortens kro!

De nominerte er tre serveringssteder som har det til felles at de

- **Serverer sine gjester smakfulle og bærekraftige måltider**
- **Arbeider kreativt med råvarer og smaker**
- **Formidler kunnskap og inspirasjon om matproduksjon til både gjester og andre kjøkken**

ÅRETS KJØKKEN Nominert

Gartneriet Spiseri Bygdø Kongsgård

Hvor lokalt er lokalt nok? På Gartneriet på Bygdø kongsgård er veien fra jord til bord så kort at du formelig kan kaste løkene og gulrøttene fra åkeren og til kjøkkenet like ved. Produksjonen på gården er heløkologisk, og spisestedet har derfor også Debios serveringsmerke i gull. Noe annet som er gull er rettene: Delikate smakebiter fra egen åker og ysteri. Det korte kretsløpet gjør menyen sesongbasert, men utvalget råvarer forlenges gjennom året gjennom sylting og fermentering. Sammen med maten formidles det på Gartneriet om sammenhengene mellom jorda, plantene, dyrene, menneskene og nettopp maten.

Øyna Kulturlandskapshotell

De aller fleste overnattingssteder ligger i et kulturlandskap, enten det er i by eller på bygd, men få anerkjenner det og inkorporerer det i sin drift slik Øyna kulturlandskapshotell gjør. Ut fra åsen over Sakshaug i Inderøy, kan man beundre fjord, fjell og nettopp kulturlandskapet, det trønderske matfatet, som man også finner igjen på hotellets frokost- og middagsbord. Hotellet driver økoturisme, noe som stiller krav til hvilke spor man setter i naturen, at valg av arbeidskraft og råvarer inngår i et lokalt kretsløp. Enten man er tørst eller sulten, finner man lokale håndverksprodukter og råvarer i sesong, fra gårdene i kulturlandskapet rundt eller med løvetann fra taket på hotellet. Hotellet er prisbelønt, og det er vel fortjent.



Foto: CHRISTIAN ANDRE STRAND



Foto: ØYNA KULTURLANDSKAPSHOTELL

ÅRETS STORKJØKKEN Vinner



Foto: KALNES VIDEREGÅENDE SKOLE

KALNES VIDEREGÅENDE SKOLE

Hver matbit er et matvalg. De som metter mange munnar er i en særstilling fordi de kan ta valg på vegne av flere, og bidra til at de spiser mat som er god for kroppen og godt for miljøet. Det er mye omsorg og omtanke i et storkjøkken. Vinneren av Årets storkjøkken kjennetegnes av en helhetlighet: Gårdens kretsløpstanke føres utover markene og inn i kjøkkenene ved å skape egne verdikjeder for lokale, økologiske råvarer som formidles til andre storkjøkken. Slik kan flere også ta sine gode matvalg. Vi gratulerer årets vinner, Kalnes videregående skole!

Årets storkjøkken er prisen for storkjøkkenaktører som

- Har forankret og iverksatt en bærekraftig omstilling av sin servering internt i virksomheten
- Kan dokumentere økt innkjøp av lokale, norske og økologiske produkter
- Bidrar til å endre mange menneskers mat- og/eller drikkevaner ved å servere bærekraftige måltider

ÅRETS STORKJØKKEN Nominert

ISS Subsea7 Forus

På hovedkontoret til Subsea7 står ISS for måltidene. Målet er en så bærekraftig kantinedrift som mulig og norske, økologiske og lokale råvarer er en del av dette. ISS er del i Grøntløftet og har forpliktet seg til å kjøpe norsk frukt og grønt. Kantinens virke er ikke isolert fra hele virksomhetens aktiviteter og det jobbes for å kommunisere hvorfor de satser på bærekraftige måltider og hvilken betydning de ansattes matvalg har for kloden.



Foto: ISS SUBSEA7 FORUS

Tingvoll sjukeheim

Siden 2013 har Tingvoll sjukeheim kunnet skilte med Debios serveringsmerke, men ideen om at Tingvoll skal være en økokommune har de praktisert og eksemplifisert siden 1990. De har satset på økologisk mat og drikke i en årrekke. Koster økologisk mer, er det bedre for storkjøkken å lage mat fra bunnen av. Det gjør en mer kreativ med råvarene og gir sluttbrukeren mer sesongbasert meny. Kjent, kjært og lokalt. Det kan ha mye positivt å si for de som får nyte godt av maten og som trenger ikke bare næring, men også matlyst.



Foto: TINGVOLL SJUKEHEIM

ÅRETS FORMIDLER Vinner



Foto: PRESSELILLE

KRISTOFFER TORHEIM OG «TAKK FOR MATEN»-PODDEN

Vi trenger mat i magen og vi trenger hjerneføde, og Årets formidler er prisen for dem som mater hodet. Blir man noensinne utlært? Om landbruk tror jeg de fleste knapt har smakt en munnfull og neppe spist seg mett. Skjønt kanskje får man temaet i vrangstrupen i debatter og samtaler man ikke forstår helt betydningen av. Da er det bra at man har slike som årets vinner, som gjennom nysgjerrighet og appetitt på innsikt, fører kunnskap og forståelse til interesserte hoder som ikke vet hvor de skal begynne. Vinneren er ikke den som har drevet på lengst, men han har allerede satt tydelige spor. Vi sier takk for praten til årets vinner: Kristoffer Torheim!

Prisen Årets formidler gis til de som

- **Formidler kunnskap på en inspirerende måte som setter folk i stand til å ta bevisste matvalg**
- **Formidler historier som viser sammenhengene mellom bærekraft, ernæring, helse og matglede**
- **Er modig, har sterke meninger og når bredt ut med sin formidling**

ÅRETS FORMIDLER Nominert

Eva Narten Høberg

Faglærer, forsker og bonde. Eva Narten Høberg har i en årrekke formidlet gjennom foredrag, undervisning og forskning om matproduksjon, matkultur og sammenhengene maten vår inngår i. Lenge før beredskap og matsikkerhet kom for fullt på dagsorden har Høberg jobbet for å bevisstgjøre om at tilgangen til mat ikke er en selvfølge, enten ved å løfte glemte råvarer, tradisjonelle matteknikker eller ved å løfte verdien av norsk utmark som beiteressurs.



Foto: JØRN HØBERG

Jon Almaas

TV-mann og nå nyslått favorittgårdbruker for mang en fjernsynstitter eller avisleser. Som hovedpersonen i en ny tv-serie som dokumenterer Jon og Ellens erfaringer som førstereisbønder, gis vanlige folk innsikt i en verden som stort sett er forbehold fagfolkene. Sorger og utfordringer og verdien av de som faktisk vil sikre at vi andre har mat på bordet formidles med lunhet. Almaas har markert seg som en offentlig forsvarer av økologisk landbruk spesielt, men også av norsk landbruk generelt.



Foto: TYNORGE / ESPEN SOLLI

ÅRETS SALGSKANAL Vinner



Foto: FAT OG FE

FAT OG FE

Det er kanskje ikke hummer og kanari du får hos årets vinner, men utvalget er bredt og innbydende og står seg godt sammen. Noe er kjent, noe er eksotisk, alt er med en tanke bak – et ønske om å kunne gi kunder mulighet til å handle miljøvennlig. Mang en person har latt seg friste og hatt glede av den gode hjelpen fra de som driver salgskanalen. Det er overstrømmende. I et gult hus fylt til randen av gode økosaker står vinneren til gull. Årets vinner er verken mann eller mus, det er damene som driver butikken Fat og fe!

De nominerte til denne prisen har det til felles at de

- Bidrar til økt økologisk vareutvalg for den gjengse forbruker, med vekt på norske økologiske produkter
- Kan dokumentere økt omsetning av lokale, norske og økologiske råvarer og produkter
- Bidrar til å endre mange menneskers mat- og/eller drikkevaner og legger til rette for flere bærekraftige måltider

ÅRETS SALGSKANAL Nominert

Annis pølsemakeri

Enten du tusler i hovedstadens gater eller stopper for en rast på vei oppover Gudbrandsdalen, kan du besøke Annis pølsemakeri og bli traktert med lekre råvarer og måltider av høy kvalitet. Ei pølse får en alltid hos Annies, men de har så mye mer enn pølser. De gjør nordmenn kjent med ekte råvarer av kjøtt igjen slik en god slakter skal. I en tid hvor håndverksspesialistene blir mindre tilgjengelige for folk flest, er det et stykke vesentlig formidling som ligger i å være en slakter som forbrukere kan oppsøke.



Foto: ANNIS PØLSEMAKERI

Kolibri kolonial

Kolibrier er en sjelden fugl i Norge og det er denne kolonialen også. De er et fargerikt innslag på Oslo vest, men de er også noe mer: En kilde til økologiske og norske råvarer i sesong, til bærekraftige måltider til nabolaget og alle som reiser innom. Kolibri selger ikke bare, men lager også mat. Noe av det går til den lokale barnehagen som hvor barna blir like kjente og trygge på ville vekster, tofu og asparges, som fisk og sopp. Tilgjengelighet gjennom året har vi forbrukere blitt vant med og det står ære av å ikke bare selge ferskt i sesong og formidle til forbrukere hvorfor. Det er mye god pedagogikk i det Kolibri tilbyr, for både voksne og barn.



Foto: KOLIBRI KOLONIAL

KokkeKarlas Stipend:

MAREN BJERKELI



Foto: MAGNUS GULLISEN / MATPRISEN

Les mer om KokkeKarlas stipend på matprisen.no

Matinteressen startet for årets mottaker av KokkeKarlas stipend på et småbruk i bygda Isfjorden langt inn mot fjellene i Romsdal. To bestemødre med sans for håndverket i god matlaging har formet henne til å ville bli kokk. Etter noen år i lære i Oslo, søkte hun tilbake en kokkegjerning nærmere naturen og gårdsdrifta, og hun har jobbet de siste årene som souschef på en av Norges beste restauranter, Kvithes gård. Nå er hun klar for å utvide sin kulinariske horisont!

Mye av verdens fremste kulinariske kunst ligger i spennet mellom tradisjon og nyskaping, og inn i dette ønsker årets stipendmottaker å gå. Hun har søkt om støtte til å reise til Mexico for å jobbe med og lære av Elena Reygadas, driver av verdenskjente Rosetta i Mexico by og mottaker av prisen som verdens beste kvinnelige kokk i 2023.

Maren Bjerkeli er årets mottaker av KokkeKarlas stipend. Juryen gratulerer og ønsker deg en god reise og lærerik opphold!

Årets utfordring: GRAMINOR

Beredskap har seilet opp som et dagsaktuelt tema – igjen. Et sentralt element i et hvert lands beredskap er muligheten til å produsere mat hvis forsyningslinjene forsvinner.

Den offentlige samtalen om selvforsyning begrenses ofte til hvor mange kalorier vi produserer per år, men vi snakker lite om hva som skal til for at vi i hele tatt kan produsere mat her. Vi produserer mange gulrøtter hvert år, men hvor mange gulrotfrø er ikke importert?

Svaret er tilnærmet ingen. Hva gjør vi den våren vi ikke har noen frø å putte i bakken?

Matprisens jury vil i år rette søkelyset mot et mindre eksempel på en større problematikk: Økologisk potet.

Det har ikke vært produsert økologiske settepoteter til norske bønder på mange år.

Poteten er en symboltung vekst. Vi skal etter sigende ha levd på sild og poteter. Det er ikke slik at vi ikke kan leve uten økologiske poteter, men vi kan blant annet

ikke nå Stortingets nye 10 % mål for økologisk areal uten. Fra og med 2037 vil det ikke lengre være mulig å bruke ikke-økologiske settepoteter på økogårder. Uten at noen tar tak i dette, vil det være umulig å produsere økologiske poteter i Norge. Er det bærekraftig? Er det god beredskap?

Økologisk landbruk er i beredskapssammenheng et referanselandbruk for dem som ser at vi importerer mye for å opprettholde landbruket vårt og vi trenger å finne løsninger som sikrer lokale kretsløp. Vi kommer ikke fremover hvis vi ikke utvikler oss på dette punktet.

Vi trenger aktiv artsutvikling på sorter som trives i landet vårt. Det betyr bedre avlingsnivå og mer resistens mot sykdom. Det er god beredskap.

Teamet er komplekst og involverer mange, men Matprisens jury vil i år utfordre Graminor på å gjenoppta utviklingen og produksjonen av økologisk settepotet. Vi vet at ansvaret ikke hviler utelukkende på deres skuldre, men dere har en nøkkelrolle. Stortinget trenger dere. Økologiske bønder trenger dere.

FINN ØKOLOGISKE VIRKSOMHETER LOKALT OG NASJONALT



ELLER LES OM HVORDAN DU OPPDATERER INFORMASJONEN OM VIRKSOMHETEN DIN



Finn Øko

ALLTID ØKOLOGISK
ALLTID OPPDATERT

KONSEPT OG PRODUKSJON
Debio Marked & Heia Folk

REDAKSJON
Idun Bjerkvik Leinaas
Peter Møller

Debio

ANSVARLIG UTGIVER
Debio

Direkte distribuert til alle
Debio-godkjente virksomheter

DESIGN
Heia Folk

TRYKK
Ålgård Offset

OPPLAG
3.400



