

# ØKO

Dagligvarehandelen

Temabilag til nr. 25  
August 2021

16 sider  
bilag!

– Flere  
hverdags-  
produkter,  
tak!

Side 2

Tester kjølt  
mat i barne-  
mathylla  
Side 4

Øko-  
ambassadør  
på Solsiden  
Side 10

Bruken  
av øko-melk  
bekymrer  
Side 13

Lite norsk  
mel i øko-brød  
Side 14





Kolonihagen har bidratt sterkt til å øke utvalget av økologiske hverdagsprodukter. De bidrar også godt til at importen øker.

## Nortura: Et ikke-tema

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

– Det har ikke vært noe tema å lansere økologisk lam inn i hverdagslam. Årsaken til dette er at det er vanskelig å få en god rullering av økologiske produkter, og vi ender opp med utgått liggetid og mye tap, opplyser kommunikasjonsrådgiver Anette Ivsett i Nortura.

Hun legger til at ordinært lam er så tett på økologisk som man kan komme. Størsteparten av livet beiter de i skog, mark og fjellheimen.

– Vi vet også i fra forbrukerundersøkelser at lam er forbundet med høy kvalitet og god dyrevelferd.



Økologisk Norge ønsker seg økologisk lammekjøttdeig i norsk dagligvarehandel, men ifølge Nortura er dette et ikke-tema.

# Økologisk Norge: Ønsker flere hverdags- produkter

Økologisk Norge ønsker seg en satsing på hverdagsprodukter for å få opp øko-andelen i butikkene – og for å gjøre det enklere for forbrukerne å fylle handlekurven med økologiske produkter.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

– Jeg savner økologisk lammekjøttdeig. Jeg vil ha mer hverdagslam også for øko-forbrukere, sier prosjektleder Marte Guttulsrød i Økologisk Norge.

Sau og lam er blant dyreslagene hvor det er minst forskjeller mellom økologisk og konvensjonell produksjon.

– Det er også et beitedyr, med relativt lav miljøpåvirkning, som det er fint å spise mer av for dem som spiser kjøtt, forklarer hun.

### Lam og pålegg

Guttulsrød har merket seg Norturas satsing på hverdagslam, og håper Gilde også kommer med økologisk hverdagslam i kjøttdeigsform. I dag finnes økologisk lam stort sett bare som sesongprodukt. Vanlig økologisk kjøttdeig fra Gilde er imidlertid på plass i butikkene.

Prosjektlederen for Landbrukets Økoløft ønsker seg også flere økologiske påleggsvarianter, noe som

Økologisk Norge har etterspurt i mange år.

– Økologisk pålegg er det generelt lite av?

– Ja, det er rett og slett et litt begrenset utvalg. På skinkesiden er det heller labert. Fenalår kunne godt vært sertifisert, synes jeg. Det liker jeg godt. Også det er jo fra beitedyr, sier Guttulsrød.

Det beste utvalget av økologisk kjøttpålegg finner man hos Rema 1000, med italiensk salami og flere typer skinke – alt fra Kolonihagen.

Økologiske poteter skal være tilgjengelige i de fleste butikker hele året, men tilgangen kan være vanskelig i overgangen mellom vår og sommer. Rotgrønnsaker, løk og kål er andre hverdagsprodukter det sjelden er mangel på – selv om Økologisk Norge generelt ønsker seg flere norske produkter. Det samme gjelder økologisk salat.

Både tomater og agurk er godt representert i øko-hylla, og her blir norskandelen stadig høyere.

### Savner øko-pølser

Pølser er en svært hverdagslig middagsgrett i Norge, men i butikkhyllene

#### Utgiver:

Medier og Ledelse AS  
Grubbegata 14, 0179 Oslo

#### Sjefredaktør:

Are Knudsen  
are@dagligvarehandelen.no

#### Bilagsredaktør:

Marit Haugdahl  
marit@dagligvarehandelen.no

#### Annonser:

Yngve Knutsen  
yngve@dagligvarehandelen.no

#### Neste utgave:

23. november

Utgitt med støtte fra Landbruksdirektoratet





# Coop: Stadig nye produkter

Økologi fortsetter å vokse i Coop – selv etter fjoråret, hvor veksten var formidabel og Coops kunder kjøpte økologiske varer for over én milliard.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

– I enkeltekategorier med noe begrenset sortiment ser vi fortsatt at endringene i volum kan bli nokså store ved sortimentsendringer. Men vi kommer stadig med nye produkter, spesielt i Ånglamark. Det vet vi at Coop-kundene vil ha, sier senior kommunikasjonsrådgiver Knut Lutnæs i Coop Norge.

– Hvordan er tilgangen på økologisk fisk – hel og bearbeidet?

– Vi har god tilgang på økologisk røkt laks. Til tross for langvarig innsats har fersk laks vist seg vanskelig å selge. I fjor lanserte vi landbasert laks i utvalgte Coop Mega-butikker. Denne er ikke økologisk, men vi mener produksjonsteknologien svarer på mange av utfordringene i dagens konvensjonelle oppdrett.

– Hva har dere gjort for å få tak i økologiske pølser?

– Vi har flere typer spekepølse

i frivillig sortiment. Begrenset tilgang til økologisk svinekjøtt gjør det vanskelig å lansere vanlige pølser – men vi har på ingen måte gitt opp!

– Har dere prøvd å selge økologisk ferdigmat?

– Vi har blant annet Ånglamark Tortellini, som går bra, men vår oppfatning så langt er at økøkundene i stor grad ønsker gode råvarer, i stedet for ferdigretter. Dette stemmer også med kundeinnsikten vår som sier at kundene som velger økologisk, er opptatt av å lage mat fra bunnen.

– Hva har dere inne av økologisk pålegg?

– En rekke typer syltetøy, Ånglamark, peanøttsmør, honning – det meste i Ånglamark, spekepølse og en rekke oster. Sortimentet utvikles stadig. Kjøttpålegg er krevende, i likhet med andre kategorier bearbeidet kjøtt. Vi har også god tilgang på økologisk ost.

## Norgesgruppen: Ikke entydig bilde

– Bildet er ikke på noen måte entydig for økologiske produkter, understreker kommunikasjonssjef Kine Søyland i Norgesgruppen.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

– Både utvikling, salgstall og trender varierer mellom kategoriene, og det samme gjør årsakene til hvorfor status er som den er, utdyper hun.

– Hvordan er tilgangen på økologisk fisk?

– Tilgangen på økologisk emballert fisk er svært begrenset, dette fordi forbrukerne ikke er villig til å betale merkostnaden som ligger mellom vanlig og økologisk laks. Fisk er en svært prissensitiv varegruppe, sier Søyland.

Meny kan ikke ha økologisk fisk i løsevektdisken fordi kjeden har få Debio-godkjente disker.

– Det er enklere på fiskepålegg, med økologisk røkelaks fra Lofoten som et eksempel.

– Hva har dere gjort for å få tak i økologiske pølser?

– Vi har satset på flere lokale produsenter som leverer blant annet økologiske pølser. Ellers er jo Grøstad en stor leverandør som ikke lenger leverer økologisk, men

satser på frilandsgris. Endringen gjør at tilgangen på økologiske kjøttprodukter blir redusert, men tilbakemeldingene fra forbrukerne har vært positive, forteller Søyland.

Norgesgruppen har også et tett samarbeid med Ask gård som leverer økologisk spekemat av frilandsgris.

– Ask står for mye av økoveksten innenfor bearbeidede kjøttprodukter. De fortsetter å jobbe med nye produkter, og har nylig utvidet sin produksjonskapasitet.

– Har dere prøvd å selge økologisk ferdigmat?

– Vi har ingen økologiske ferdigmatprodukter i sortiment.

– Hva har dere inne av økologisk pålegg?

– Når det gjelder øvrig kjøttpålegg, ikke spekemat, er det svært utfordrende å få til da farge og nitritt ikke kan brukes i økologiske produkter. Dermed får vi ikke tak i produkter forbrukerne er villig til å kjøpe, da de rett og slett ser dårlig ut.

finnes det et svært begrenset utvalg av økologiske pølser. I en Coop Mega sentralt i Oslo fant vi ingen.

I Rema-butikken like ved var det imidlertid både lammepølse, chilipølse og bratwurst fra Kolonihagen

– Det har skjedd mye produktutvikling hos Kolonihagen, konstaterer Marte Guttulsrød.

I Meny-butikken finner vi siste rest av Grøstads økologiske pølse, og et stort utvalg lokale varianter, som Oslo-pølsene fra Metervare med veldig lokale navn.

– Den skulle gjerne vært økologisk, synes Guttulsrød og legger til:

– Hvorfor kan man ikke ha økologiske lomper? Det er så i vinden. Lomper er undervurdert!

### Flere hull

Er du på jakt etter økologisk fisk til middag, er det liten vits å gå i fiskedisken. Også blant ferskpakkede varer og i frysedisken er det lite å hente.

– Jeg kjøper selv en del fiskeburger, men har aldri sett noen som er økologiske, innrømmer Guttulsrød.

Heller ikke i ferdigmat-hylla, som er et mye brukt hverdags-alternativ, fant vi økologiske valgmuligheter.

Det var hverken økologisk bacon eller leverpostei å få tak i i de butikene vi besøkte.

– Leverpostei har jeg ikke sett etter at Grøstad gikk bort fra økologisk merking, kommenterer Marte Guttulsrød.

Kylling er tilgjengelig som hel fugl og som stykningsdeler i Coop Mega og Meny, men ikke i Rema. Dog var det en mer bortgjemt varegruppe enn konvensjonell kylling.

### Øko-brunost?

Nordmenn spiser mye ost, men vil de ha økologisk ost, er det ikke så mange alternativer (se egen sak på side 12).

– Det er ikke mye økologisk i ostehylla når det gjelder industriost, sier Guttulsrød.

Selv kjøper hun endel økologisk brunost, men aldri i en dagligvarebutikk.

– Der har jeg aldri sett det. Men fra Oslo Kooperativ kan jeg få tak i minst tre ulike varianter.

I ostehylla til Rema 1000 finner man gulost, blåmuggost og brie samt Vesterhavssost fra danske Thise under Kolonihagen-merket.

–Det finnes mange dyktige produsenter i Norge, det er synd at Kolonihagen har valgt å bruke dansk økologisk melk, synes Guttulsrød.

### Fra pizza til solkrem

Skal vi tro diverse undersøkelser, er ferdigpizza nordmenns middagsfavo-

ritt. Men under vår uhøytidelige kartlegging fant vi ingen økologiske pizzaer.

I frysedisken fant vi økologiske bær, selv om ingen av dem var norske.

– Det burde også vært flere frosne, økologiske grønnsaker. Det kunne jo løst en del utfordringer med holdbarhet og logistikk. Det er helt sikkert et marked for dette, tror Guttulsrød, som spesielt savner norske, økologiske erter.

I meieriavdelingen er det ikke mangel på økologiske hverdagsvarianter, ikke minst takket være Rørosmeieriet. Her bidrar også Tine med flere varianter. Rørosmeieriet sørger for at øko-forbrukeren også kan få tak i ekte smør.

hos Rema supplerer de med økologisk yoghurt og kogurt fra Kolonihagen – også i større enheter. Det gleder Guttulsrød, men gleden dempes av at yoghurten er dansk.

Kolonihagen har også utviklet økologisk is – men denne er laget på nederlandsk melk.

– Det kunne gjerne vært mer norsk, økologisk is i norsk dagligvarehandel, synes hun.

Som kjent er egg en av kategoriene med høyest øko-andel, bare slått av barnemat.

Også innenfor øl er det flere økologiske valgmuligheter – mens brusdrikkere har større utfordringer. Coop Mega får ellers pluss for et stort og godt synlig utvalg av økologisk solkrem fra Ånglamark.

**Det er rett og slett et litt begredelig utvalg.**







Det er slik barnematgründer Malin Bruset i Gro Gro ønsker at barnemathyllen skal se ut.

## Gro Gro i Meny:

# – Slik vi ønsker at barnemathyllen skal se ut

Den norske og økologiske barnematprodusenten Gro Gro har fått pilot hos Meny med eget kjøleskap i hyllen. De første butikkene med fersk, kaldpresset barnemat tilgjengelig er Meny Ringnes Park og Meny Fornebu.

**MARTINE FURULUND**

[martine@dagligvarehandelen.no](mailto:martine@dagligvarehandelen.no)

**P**ilotprosjektet startet i slutten av mai, og ifølge barnematgründer Malin Bruset har det gått bra.

– Det er akkurat slik vi ønsker at barnemathyllen skal se ut. Målet vårt er at vi skal vise vei slik at andre aktører kan se på muligheten og komme inn med fersk barnemat. Dette er det første skrittet til fremtidens barnemathyll, sier Bruset.

### – Dette er fremtiden

Nå venter barnematgründeren spent

på fremtidsplanene i Meny.

– Vi håper at vi kan få listing slik at flere Meny-butikker kan få kjøler i barnemathyllen. Vi ønsker at også de minste barna skal få fersk mat. Tilgjengelighet er helt avgjørende for oss. Vår visjon er å kunne bidra til at barn skal få ferskere og mer næringsrik mat de første 1000 dagene.

– Hva slags tilbakemeldinger har du fått fra kundene om pilotprosjektet?

– Kundene er veldig glade for at vi har blitt mer tilgjengelig. Det er ikke alle som ønsker å handle på nett. Å ha en kjøler i barnemathyllen er helt avgjørende for suksess, og det sier også mye om ferskheten til produk-

ter. Dette er fremtiden, og om noen år vil flere kjeder ha dette, tror barnematgründeren, som forteller at de har fire av fem produkter tilgjengelig hos Meny Ringnes Park og Meny Fornebu.

### Forskjell

I februar ble også Gro Gros produkter tilgjengelig på Obs. Her står den ferske, kaldpressede barnematen ved meieriavdelingen ved siden av barnenyoghurten.

– Med tanke på at vi er plassert et såpass vanskelig sted å finne, har salget gått bra, men vi ser at det er i barnemathyllen vi må være for at kundene skal finne oss. Jeg får uktentlig tilbakemeldinger fra foreldre som leter etter oss i butikkene. Det er stor forskjell mellom å stå i barnemathyllen kontra yoghurtshyllen. Det er snakk om 300 til 400 prosent økning i fortjeneste, sier Bruset, og

**Å ha en kjøler i barnemathyllen er helt avgjørende for suksess.**

legger til:

– Vi er i alle Obs-butikkene og ser nå på muligheten for å sette inn en kjøler i barnemathyllen der.

– Hvordan har salget gått i Obs?

– Vi har alle produktene våre hos Obs og de selger like bra. Alle våre produkter er nesten like godt likt. Det er gøy å se.

### Satse i Sverige

– Har du noen spennende planer fremover?

– Vi har masse på gang. Vår ambisjon i Norge er at vi skal bli tilgjengelig i hele landet. I høst kommer vi også til å satse mye i Sverige. I tillegg arbeider vi med å få på plass middager – akkurat nå selger vi kun grøt og smoothie. Det hadde vært fint å kunne tilby alt til de minste.

### – Avventer evalueringen

Ifølge kategoriansvarlig for tørrvare og non food i Meny, Azra Maksumic, skal kjeden alltid være best på innovasjoner og nyheter.

– Nå synes vi det er spennende å teste noe nytt innenfor barnematkategorien.

– Vil flere Meny-butikker få kjøler i barnemathyllen?

– Per i dag er Meny Ringnes Park og Meny Fornebu butikkene i pilotprosjektet. Vi avventer beslutningen om eventuelt utrulling i flere butikker til vi har dannet oss et bilde av hvordan det faktisk går. Vi mener det er for tidlig å evaluere hvordan det har gått, men vi gleder oss til å følge utviklingen videre i høst, sier Maksumic, som forteller at piloten vil være utover høsten før de tar en evaluering om veien videre sammen med Gro Gro.

## FAKTA OM GRO GRO

- Etablert i juli 2018
- Orkla Ventures investerer i Gro Gro i oktober 2019
- Lanseres på Oda.no (tidligere Kolonial.no) i oktober 2020
- Lanseres i alle Obs-butikkene i Norge i februar 2021
- Gro Gro starter pilotprosjekt med Meny i barnemathyllen i mai 2021.



# Meny: Lar kundene ta valget

Meny eksponerer nå all økologisk frukt og grønt sammen med den konvensjonelle. Det fungerer godt, mener Henrik Haugen hos Meny Røa.

**PÅL H. CHRISTIANSEN**  
pal@dagligvarehandelen.no

– **D**et er praktisk og rasjonelt at produktene står sammen når man fyller på. Det tydeliggjør også et bredt sortiment overfor de kundene som ikke er helt inne i dette med økologisk. Det ser dessuten bra ut rent estetisk at varegruppen står sammen, mener den avtroppende avdelingslederen på Meny Røa.

## Legger igjen varer

En liten ulempe med egen øko-disk er dessuten at man ofte finner konvensjonelle produkter liggende igjen der, i følge Haugen.

– Kunder som allerede har forsynt seg av en konvensjonell variant, ombestemmer seg når de kommer til øko-disken og bytter. Det problemet har vi ikke når produktene ligger sammen, fremholder han.

Meny Røa har et bredt sortiment av økologisk frukt og grønt som til enhver tid utgjør 25-30 varelinjer, eller ca. 10 prosent av totalt 300 varer i frukt- og grøntavdelingen. Ifølge Haugen er bananer, agurk og epler blant produktene som har høyest andel økologisk, bananer med 20-25 prosent, agurk 25 prosent og epler ca. 30 prosent.

## Utvidet kjølerekken

Det var etter oppussingen for ett år siden at butikken sluttet med samlet eksponering av økologisk frukt og grønt. Hele butikken ble 500 kvadratmeter større og frukt- og grøntavdelingen fikk også mer tumleplass.

– Hele kjølerekken ble større og potet og sopp kom inn i kjølediskene, noe som hjelper på holdbarheten. Det egne området med økologisk

**De mindre varegruppene som squash og ingefær har økt ganske mye etter at vi satte de økologiske produktene sammen de konvensjonelle.**



Hos Meny Røa finner kundene økologiske sitroner sammen med de konvensjonelle, forteller avdelingsleder Henrik Haugen.

ble fjernet og produktene plassert blant de andre, men tydelig merket. Vi fikk også egne skap til Civita juice og bedre plass til bær, oppsummerer Haugen, og viser frem den egne kjøledisken for bær, der økologiske og konvensjonelle bær står side om side.

– Vi selger faktisk mer øko-jordbær i år enn tidligere. Kundene skal kunne velge, understreker han.

## Sammen på gulvet

Ikke alle øko-produktene ligger kjølig. De økologiske agurkene har fått plass ute på gulvet sammen med de konvensjonelle. Likeledes er de økologiske sitronene og eplene eksponert på gulvet sammen med de konvensjonelle.

Henrik Haugen er fornøyd med at de økologiske sitronene ikke lenger kommer i nett, men selges i løsvekt i likhet med de konvensjonelle, men påført økologisk klistremerke.

– Det er fort slik at en eller flere eksemplarer i et nett blir dårlige, og

da må alt kastes, sier Haugen, som også er fornøyd med valget som er tatt om å papp-innpakke de økologiske eplene.

Konvensjonelle og økologiske bananer har i lang tid ligget eksponert



Når økologiske produkter ligger sammen med konvensjonelle i kjølerekken, kan kundene ta valget der og da.

sammen på gulvet, men Haugen er ikke helt fornøyd med kvaliteten på de økologiske.

– Holdbarhet på øko-bananer er dårlig, konstaterer han.

## Ingen stor vekst

Butikken har god etterspørsel etter økologisk, men har ikke fått så mange tilbakemeldinger og kommentarer i kjølvannet av omleggingen av måten å eksponere på.

– Vi ser heller ikke så stor forskjell i salget etter omleggingen. Noe har økt, mens noe har gått ned. Det jeg ser er at store varegrupper som brokkoli, gulrot og stangselleri har gått tilbake, mens de mindre varegruppene som squash og ingefær har økt ganske mye etter at vi satte de økologiske produktene sammen de konvensjonelle. Det siste viser kanskje at det er lettere for kundene å velge et økologisk alternativ når man har begge foran seg, tror Henrik Haugen.

Ø-  
merker  
frem-  
deles

**Kommunikasjonssjef Nina Horn Hynne i Meny bekrefter at kjeden har gått bort fra prinsippet om å samekspone alle øko-produkter i frukt- og grøntavdelingene.**

**PÅL H. CHRISTIANSEN**  
pal@dagligvarehandelen.no

– Da vi hadde alle økologiproduktene i frukt- og grøntavdelingen samlet på et ett sted, var fordelene at de kanskje fremsto litt tydeligere for kundene. Nå som de ligger sammen med sine respektive varegrupper, er fordelene at kundene enklere kan velge mellom økologiske og konvensjonelle produkter, sier hun.

Dagligvarehandelen har observert at enkelte Meny-butikker ikke setter Ø-merket på hylleforkantene eller markerer at det er økologiske produkter på annen måte. Horn Hynne avkrefter at kjeden generelt har sluttet å merke øko-produkter med Ø-merket. Meny-butikkene har ifølge kommunikasjonssjefen fortsatt økologi-binders tilgjengelig til merking av alle økologiske produkter på hylleforkantene, men siden det er mange merker som konkurrerer om oppmerksomheten, kan det gjøre at økologi ikke stikker seg like mye frem.

– Produktene våre kan for eksempel være merket med matskatt, økologisk, nyhet og på tilbud samtidig. I denne jungelen av hylleforkanter kan nok butikker i noen tilfeller velge å la være å merke, tror Horn Hynne.



# Skal selge over 1 million kopper med økologisk kaffe årlig

**Nye lokaler, ny nettside, ny logo og nytt navn – og en målsetting om å doble produksjonen.**

**D**et er mye nytt hos Øver-Bakken, som skifter navn til Inderøy kaffebrenneri.

Med slagordet «Økologisk kaffe til folket!» har Øver-Bakken økologiske kaffebrenneri på Inderøy vunnet mange kaffehjarter på Innherred. Nå er småbruket på Øver-Bakken solgt, produksjonen av den økologiske kaffen flyttet til Straumen og man rigger seg for å bli en nasjonal merkevare med det nye navnet Inderøy kaffebrenneri, skriver

de i en pressemelding.

Kaffebrenneriet har i dag over 60 bedriftskunder og selger nesten 10 tonn kaffe i året, det er godt over en halv million kopper med kaffe. Med flytting til nye lokaler og en sterkere merkevare er målet en dobling innen få år.

Kjærlighet og respekt for mennesker og jordsmonn gjør at kaffebrenneriet velger å brenne kun økologisk kaffe. Nå skal de bruke denne kjærligheten til å være med å fremme

matregionen de bor i. Målet er å bli best på økologisk kaffe i Norge.

– Inderøy er viktig for identiteten vår. Vi vurderte å bruke navnet allerede i oppstarten, men så ble det naturlig å knytte en identitet rundt satsingen på Øver-Bakken. Med flytting av lokaler passet det godt med et navneskifte, forteller daglig leder i Inderøy kaffebrenneri og tre ganger verdensmester i kokekaffe, Einun Skorem.



## Krever klarere øko-mål fra politikerne

– Politikerne legger opp til mer øko-import uten tydelige målsettinger, sier Markus Hustad, konstituert daglig leder av Økologisk Norge, til Nationen.

I dag er det kun SV og MDG som har programfestet et mål om hvor mye av jordbruket de mener skal være økologisk.

Økologisk Norge er ikke fornøyd med at det bare er to partier som har vedtatt et mål for hvor mye økologisk jordbruk det skal være i Norge, og mener at de politiske partiene har altfor dårlige planer for å få mer økologisk landbruk i Norge.

SV og MDG går inn for et mål på 20 prosent. I dag er rundt 5 prosent av den norske matproduksjonen økologisk.

Organisasjonen har gjennomgått alle partienes politikk for økologisk mat. KrF, Venstre, Rødt og Senterpartiet nevner økologisk landbruk i sine programmer, men setter ingen mål. Arbeiderpartiet, Høyre og Frp nevner ingenting om økologisk landbruk i sine programmer i det hele tatt.

– Mange partier ønsker et bærekraftig landbruk, flere klima-

tiltak, beiting og god dyrevelferd. Vi mener at økologisk landbruk er et virkemiddel for å oppnå dette, sier Hustad til avisen.

Og hvis partiene ikke mener at økologisk landbruk er veien å gå, vil Hustad vite hvordan de ellers skal styrke dyrevelferden og få et bærekraftig landbruk.



**Konst. daglig leder Markus Hustad i Økologisk Norge liker ikke at bare SV og MDG har et mål om hvor mye av landbruket som skal være økologisk. Foto: Marte Guttulsrød**

## Økt interesse for matnyttig utdanning

Årsstudium i økologisk landbruk, som er et nettbasert deltidsstudium over to år, blir stadig mer populært med over 240 søkere i år. Det viser tall fra Samordna opptak.

Matvitenskap og andre matrelaterte fag har samlet sett en økning på nær 40 prosent. Søkertallene til de landbruksrelaterte grønne utdannelsene har samlet sett holdt

seg stabile fra rekordåret i fjor til i år. Agronomiutdannelsen (Høgskolen Innlandet) hadde en kraftig økning fra 2019 til 2020, og økningen fortsetter i år.

Totalt sett er det en klar økning i førstevalgssøkere til matfagene i høyere utdanning og til yrkesfaglærerutdannelsen i restaurant- og matfag.

## Danmark: Meny speeder opp øko-salget

Rekordveksten for økologi i danske Meny i 2020 fortsetter. Nå har de nylig utgitt en salgsavis med bare økologiske produkter, noe som har løftet salget ytterligere.

Meny-kjeden i Danmark har det siste året arbeidet målrettet for å oppgradere sitt økologiske sortiment. Kjededirektør Richo Boss sier til Økologi.dk at alle butikkene har et økologisk grunnsortiment på rundt 1000 varenumre i dag. Drøyt 100 av dem var representert i tilbudsavisen på 20 sider. Det er første gang at kjedens 113 danske

supermarkeder sender ut en ren øko-avis. Ifølge direktøren må kundene venne seg til at økologi vil ta mer plass i markedsføringen enn før.

Mange kjøpmenn har dessuten valgt å utvide øko-sortimentet med lokale øko-produkter.

– Vi har nok ikke alltid vært flinke nok til å fortelle kundene hvor mye

økologi vi har i hyllene. Vi kan allerede se en tydelig effekt på salget, som har vokst med 8 prosent siden vi lanserte avisen, sier Boss til nettstedet.

Etter en rekordvekst i alle kategorier gjennom 2020 har veksten innenfor økologi fortsatt i 2021 for Meny i Danmark, og vært tosifret så langt i år.



**Den nye Meny-sjefen i Danmark, Richo Boss, har intensivert satsingen på økologi i kjeden. Foto: Marit Haugahl**





Medeier Mathias Bache-Gabrielsen foran inngangen til Røtter på St. Hanshaugen.

## Spesial-butikkene har vekst

Salget av økologisk mat gjennom spesialbutikker i Stavanger, Bergen og Oslo økte i snitt med 20 prosent fra 2019 til 2020, viser tall fra Landbruksdirektoratet.

Landbruksdirektoratet innhentet i vår informasjon om omsetningen fra seks godt etablerte økologiske spesialbutikker i Stavanger, Bergen og Oslo. Disse butikkene hadde omsetningsvekst fram til 2014, men fikk fra 2015 en utflatning og svak nedgang frem til pandemien brøt ut for alvor i mars 2019.

Butikkene rapporterer om en samlet vekst fra 36,8 millioner kroner i 2019 til 44,8 millioner i 2020, en gjennomsnittlig omsetning per butikk på 7,4 millioner kroner.

# Har slått rot på St. Hanshaugen

Røtter har virkelig slått rot på St. Hanshaugen i Oslo. Koronaåret 2020 ga en vekst på 14 prosent, men nå er livet i ferd med å vende tilbake til normalen.

**PÅL H. CHRISTIANSEN**  
pal@dagligvarehandelen.no

**A**lle var usikre på hva som skjedde da det smalt 12. mars i fjor. Vi doblet omsetningen den første tiden og solgte mer av det meste, men salget av økologisk mel eksploderte særlig. Folk ble hjemme og hadde behov for å lage mat der. Spesielt det å bake og sette surdeig fikk vind i seilene, sier medeier Mathias Bache-Gabrielsen hos Røtter på St. Hanshaugen i Oslo.

Foruten mel tok også etterspørselen etter produkter som styrker immunforsvaret seg spesielt opp hos Røtter, opplyser Bache-Gabrielsen.

Butikken endte med en totalomsetning på 20,7 millioner kroner

**Veksten i øko-markedet er det ikke vi som tar.**

i 2020, en oppgang på snau 14 prosent fra året før. Disse tallene inkluderer viktige varegrupper som helsekost og hudpleie, foruten plastfrie non-food-varer.

### Har det mest man trenger

Det aller meste av matvarene hos Røtter er økologiske, og tørrvarene er i flertall. Kaffe og te og glutenfri pasta går det mye av.

– Vi har god bredde på kombucha og mange andre alkoholfrie alternativer, men ikke øl av noe slag. Ferskvarer innebærer imidlertid mye arbeid, og er mest på plass for at vi skal ha dem inkludert i totalkonseptet, fremholder Bache-Gabrielsen, og legger til:

– Vi har ferskt surdeigsbrød levert hver dag fra Ille brød og Sour to the People. Det viktigste av frukt og grønt blir levert fra Øko-kompaniet. Jeg kan også nevne at vi kjøper bacon av Heinrich Jung, Holte Gård leverer Dexter storfe og vi har yoghurt fra Bygdøy Kongsgård.

### Har blitt en institusjon

Da Røtter på St. Hanshaugen åpnet i 2007, hadde gründerne hentet inspirasjon fra butikker i USA og England. De tok også med seg noe av arven til dem som startet opp den økologiske bevegelsen i Norge på slutten av 1960-tallet. Siden har det blitt etablert mindre Røtter-butikker også Grünerløkka, Frogner og Nesodden.

– Vi var noe nytt, og folk reiste gjerne langt for å handle hos oss. Vi holdt åpent på søndager og om kvelden og spilte musikk i butikken. Det var litt hipt. Nå har vi blitt en institusjon i bydelen, og ser at de som kom hit med foreldrene som barn i 2007, har blitt voksne og fortsetter å komme, sier Bache-Gabrielsen.

Ettersom dagligvarebutikkene fikk bedre utvalg av økologiske basisvarer, ble Røtter mer og mer en spesialbutikk med nisjevarer gründerne hadde sett ute på reise.

– Vi var bevisste på å få inn nye ting og jobbet hardt for det. Vi var blant annet tidlig ute med å tilby



Røtter kan tilby alt man trenger til et økologisk måltid, men for de fleste er det en supplementsbutikk.

supermat og fikk en solid posisjon der. Vi ble også store på helsekost, fremholder han.

### Slåss ikke mot dagligvarehandelen

Nedgangen i omsetningen i spesialbutikkene frem til 2019 forklares gjerne med den økte konkurransen fra dagligvarebutikkene, men også konkurranse fra andelslandbruk og Reko-ringer blir trukket frem som én av årsakene.

Tross flere dagligvarebutikker i bydelen som satser på økologi, deriblant Coop Mega på Bislett og Rema 1000 Ila, holder Røtter på St. Hanshaugen posisjonen godt, mener Bache-Gabrielsen.

– Vi kjemper ikke mot dagligvarehandelen, og veksten i øko-markedet er det ikke vi som tar. Vi er kjempekomfortable med den posisjonen vi har med en god varemiks fra ferskvarer til hudpleie. Her kan du få alt du trenger, men for de fleste er vi en supplementsbutikk, vedgår han.

### Tilbake til normalen

Noen meter lenger oppe i Ullevålsveien ligger Gutta på Haugen, den populære butikken som har spisset seg mot delikatesser og mindre mot økologi med tiden, mens Røtter har gått motsatt vei.

– Vi er gode naboer og har funnet en form der vi utfyller hverandre. Det er bra for tilbudet i en stor bydel som St. Hanshaugen med kort vei til sentrum, mener Bache-Gabrielsen.

Mens også første halvdel av 2021 var god for spesialbutikken på St. Hanshaugen, roet det seg noe ned i mai-juni i år.

– Nå er det litt tilbake til normalen igjen. Restaurantene har åpnet igjen, og folk er mindre på hjemmekontor, sier Bache-Gabrielsen, som har troen på fremtiden for produksjon og salg av økologisk mat i Norge.

– Jeg velger å tro at økologisk blir viktigere og viktigere i fremtiden. Men det er mange som fremdeles ikke bryr seg, erkjenner han.



# Merker ingen øko-interesse

Tradisjonelt landbruk og tradisjonelle matvaner har dype røtter i Bjerkreim i Rogaland. Det gjenspeiles i øko-etterspørselen hos Coop Prix Bjerkreim.

**CHRISTIAN DIETRICHSON**  
christian@dagligvarehandelen.no

**J**eg har ikke opplevd at en kunde har etterspurt økologiske produkter, sier butikksjef Therese Skeie.

I landbrukskommunen Bjerkreim står tradisjonene og samvirket sterkt. Coop, Tine og Nortura har et solid grep om sine felter. Økologisk landbruk finnes det knapt noe av.

## Har ikke øko-melk

Fra Bjerkreim til Egersund er det et kvarters kjøring og til Stavanger rundt én time. Tross den overkommelige avstanden til byene har det vært lite, om noen, «øko-smitte» fra disse til Bjerkreim.

Coop Prix Bjerkreim har de økologiske produktene som inngår i grunnsortimentet, og som butikken er forpliktet til å ha.

– Vi har maks 100 øko-produkter, fremholder Therese Skeie.

Først og fremst kan hun by på produkter med Ånglamark-merket. Barneprodukter, inkludert klemmeposer, og hygieneartikler er også sentrale kategorier.

Øko-melk har godt fått fotfeste i mange dagligvarebutikker, men ikke hos Coop Prix Bjerkreim.

– Vi har ikke økologisk melk, bare økologisk kefir, konstaterer butikksjefen.

Plassen har også sitt å si for utvalget. Salgsflaten på bare 200 kvadratmeter medfører at sortimentet må bli smalere enn det som er vanlig i kjeden.

## Lager mat fra bunnen

Therese Skeie har av og til økologisk i frukt- og grøntavdelinen.



Butikksjef Therese Skeie har de økologiske produkter Coop Prix Bjerkreim er forpliktet til, blant annet innenfor barnemat.

– Men det er ikke noe vi har bestilt selv, påpeker hun.

I handlevognene havner nok heller tradisjonell frukt og grønt, om ikke kundene spiser det de dyrker på

gårdene.

– Tradisjonell matlaging der maten lages fra bunnen av, står sterkt i dette området, sier Skeie.

Internasjonal mat har ingen stor

plass, hverken i butikken eller i kostholdet i Bjerkreim.

– Thai-mat er ikke akkurat det som etterspørres, for å si det sånn.

I butikkens kundestrøm utgjør

Coop-medlemmene 70-80 prosent. Fra dem som stiller opp på årsmøtet i Coop Vikeså, har det ikke kommet høylytte krav om flere øko-produkter i de to dagligvarebutikkene i samvirkelaget.

Therese Skeie tror likevel ikke tradisjonene i Bjerkreim er helt upåvirkelige.

– Jeg tror vi får flere økologiske produkter. Trenden i en storby som Stavanger kan vi nok komme til å merke også hos oss.



I melkehyllene til Coop Prix Bjerkreim glimrer øko-melken ved sitt fravær.



Foreldre finner Ånglamark-bleier til de aller yngste.





Grisene fra Grøstad Gris er ikke lenger økologiske, og Debio-merket er fjernet fra produktene i butikkene, men dette er ingen trend, fremholder Debio.

## Debio: Vekst i merkebruken

Til tross for at noen profilerte øko-leverandører har valgt å tone ned bruken av Debio-merket på produktene sine, opplever Debio vekst på alle områder.

**PÅL H. CHRISTIANSEN**  
pal@dagligvarehandelen.no

I følge Debios statistikk ble det i 2020 en vekst på 3,7 prosent i antall virksomheter som ønsker å produsere, foredle og selge økologiske produkter i Norge. Antallet norske virksomheter innen området foredling, import og omsetning har økt fra 959 til 1037, en økning på 8,1 prosent fra året før.

### Satser på dyrevelferd

Samtidig har veletablerte øko-leverandører som selger sine varer gjennom dagligvarebutikker, signalisert at de ikke lenger vil merke produktene sine, eller alle produktene sine, med Debio-merket. Grøstad Gris flagget i fjor at de slutter som øko-

produsent og satser på dyrevelferd. Likeledes uttalte Kristoffer Evang i Ask i et intervju med Dagligvarehandelen på forsommeren at produktene til Ask, som til nå fortrinnsvis har vært Debio-merket, ikke nødvendigvis vil forbli det i fremtiden.

– At produktene våre skal være Debio-merket, vil ikke være det viktigste for oss. Vi velger heller det som er mest bærekraftig. Vi har nå for eksempel samarbeid med seks bønder om frilandsgris. Fire av disse produserer økologisk, mens to av dem bare leverer frilandsgris, sier Evang i intervjuet.

### Etterspørselen øker

Daglig leder Ole Petter Bernhus i Debio synes ikke bekymret for at vi er i ferd med å se en utvikling mot

mer oppmerksomhet mot dyrevelferd, og mindre mot økologi, i Norge.

– Debios rolle er først og fremst å føre tilsyn, men vi ser at markedet og etterspørselen etter økologisk mat i Norge er stor, og økende. Der hvor det er mulig, er det viktig å møte etterspørselen med norske mat produsert med norske ressurser. Derfor er det gledelig å se at det var vekst i alle våre kategorier i 2020, både for produsenter, foredlingsbedrifter og salgsløddet. Vi ser at denne trenden har fortsatt inn i 2021, sier Bernhus til Dagligvarehandelen.

– Dyrevelferd er en viktig del av økologien, men det er viktig å presisere at det økologiske regelverket gjelder hele prosessen fra jord til bord. Så vi fører tilsyn med alt fra dyrevelferd, plante-helse og

innsatsmidler, til arbeidsforhold, hvordan råvarene behandles og om produktene ingrediensmerkes, legger han til.

### Nedgang for slaktegris

– Det fremgår av tall for i fjor at det innenfor svineproduksjon er fremgang for alle kategorier unntatt slaktegris. Hva er grunnen til dette, og fortsetter denne utviklingen?

– Det er riktig som du sier, det

var vekst for alle områder for svin i 2020, unntatt slaktegris. Tallene for 2021 er ikke klare, disse vil vi først ha klare i januar 2022 når saksbehandling og sertifiseringen for 2021 er avsluttet. Vi har ikke data på hvorfor det er en liten nedgang for slaktegris i 2020, svarer Bernhus.

– Er det mange økologisk importprodukter som kun er merket med for eksempel den økologisk EU-logoen og ikke Debio? Ser dere en økning i dette?

– Ser vi på tallene over tid, er det opplagt at den økte etterspørselen i markedet løses via import. De fleste importerte varer er allerede merket med EU-logoen i sitt opprinnelsesland, de som ønsker å bruke Ø-merket i tillegg, er stabilt, sier Ole Petter Bernhus.

**Det økologiske regelverket gjelder hele prosessen fra jord til bord.**





Christian Skorstad, Ståle Sandvik og Henriette Hansen med økologiske produkter. Meny Solsiden har de siste 12 månedene solgt mest av økologisk egg fra Prior.

# Meny Solsiden: Øko får frem vareutvalget

Meny Solsiden er en av inspirasjonsbutikkene i Landbrukets Økoløft. Ifølge butikksjef Monica Kjendalen er gode eksponeringer nøkkelen til godt salg.

**MARTINE FURULUND**

[martine@dagligvarehandelen.no](mailto:martine@dagligvarehandelen.no)

**D**et er første gang Meny-butikken i Trondheim er med som inspirasjonsbutikk. Landbrukets Økoløft har invitert dagligvarekjedene til å velge ut inspirasjonsbutikker som lykkes i salget av norske økologiske varer. Kjendalen synes det er hyggelig å bli trukket frem av kjeden.

– Det setter vi stor pris på. For oss handler det om å fremme økologiske produkter til våre kunder. Å være en øko-ambassadør for Meny gjør noe med motivasjonen. Når vi får en slik mulighet, tar vi det på alvor, sier Meny-butikksjefen.

## – Lett tilgjengelig

Økologisk Norge skriver på sin hjemmeside at formålet med prosjektet er å bidra til økt produksjon, omsetning og forbruk av norsk økologisk mat. Ildsjeler hos inspirasjonsbutikkene vil bidra til å belyse hvordan man lyk-

kes med salg av norsk økologisk mat, blant annet gjennom diverse kommunikasjons tiltak.

– Vår jobb er at øko-varene skal være godt merket og lett tilgjengelig, i tillegg til at vi skal ha et stort vareutvalg. Det er viktig at varene er representert overalt i butikken. Jeg tror flere kunder velger økologisk hvis de får valget. Er det lett tilgjengelig, er det lettere å plukke det med seg selv om det ikke står økologiske sitroner på handlelisten, tror Kjendalen.

## Bred kundegruppe

– Hvilken kundegruppe kjøper økologiske varer hos dere?

– Det er alt fra voksne og familier til unge folk. Det er en bred kundegruppe som etterspør økologisk. Vi

**Å være en øko-ambassadør for Meny gjør noe med motivasjonen.**

ser at våre kunder velger å kjøpe varer med kvalitet og at de unner seg mer. Under pandemien har vi sett at kundene er mer villige til å legge mer penger i mat. Våre kunder vil ha god og næringsrik mat med god kvalitet.

– Alt handler om å planlegge og gi de ansatte som jobber med varegruppen rom til å utfolde seg. Det handler om engasjement. For oss er det viktig å vise at vi har et utvalg som ikke alle andre butikker har. Øko har vært en fin måte å frem vareutvalget vårt på.

– Hvordan har salget vært?

– Meny Solsiden øker mer på økologiske produkter enn Meny generelt. De siste 12 månedene har Meny hatt en vekst på 2,5 prosent innen økologiske varer, sier Kjendalen.



Butikksjef Monica Kjendalen synes det er hyggelig å bli trukket frem av kjeden til å være med som inspirasjonsbutikk i Landbrukets Økoløft.

## TOPP FEM ØKO-PRODUKTER PÅ MENY SOLSIDEN SISTE 12 MÅNEDER

- Egg økologisk m/l/xl 6stk Prior
- Kylling hel rå økologisk ca 2,2kg Holte
- Bananer økologisk klasse i pose
- Smør økologisk 250g Rørros
- Paprika rød spiss økologisk 2pk Go Eco

## TOPP FEM ØKO-PRODUKTER I MENY SISTE 12 MÅNEDER

- Bananer økologisk klasse i pose
- Egg økologisk m/l/xl 6stk Prior
- Agurk økologisk
- Helmjølk økologisk 1l Rørros
- Egg økologisk 6stk 375g Jacobs Utvalgte

## Norganic trekker tilbake kokosmelk

Norganic AS trekker tilbake det økologiske, veganske produkt IsolaBio Cuisine Cocco. Årsaken er funn av etylenoksid i tilsetningsstoffet quarkjernemel.

Tilbaketrekkningen gjelder to batcher av produktet 210128 og 210325, merket med holdbarhetsdato 28.01.22 og 25.03.22. Det er solgt totalt 720 pakninger av produktet, skriver Matportalen på sine nettsider.

Etylenoksid er et plantevern-middel som er forbudt å bruke i mat i EU og EØS. Etylenoksid representerer ikke en akutt helsefare, men kan være skadelig ved inntak over tid.

Norganic AS ber forbrukere som har kjøpt produktet om å levere produktet tilbake til butikken, eventuelt kaste mindre mengder i restavfallet.



Norganic AS trekker tilbake IsolaBio Cuisine Cocco fra Italia. Foto: NORGANIC AS, NTB





Scan QR-koden  
og meld deg på!

Få med deg blant andre:



Olaug Bollestad  
/ Matminister



Petter Haas Brubakk  
/ NHO Mat og Drikke



Tor Jørgen Kramprud  
Arnesen / Kokken Tor

**Onsdag 1. september**  
Litteraturhuset i Oslo / digitalt  
kl 09:30–15:30

# MAT & MARKED 2021

Årets tema: Mat-  
og serveringsbransjen  
etter koronaen

**Rabatt: kr 700,-**  
Tilbudet gjelder  
for alle abonnenter

Pris billett: 2.900,- / nettbillett: 2.400,-  
Prisene er eks. mva.

**matindustrien.no/mat-marked**

Arrangeres av fagbladene Matindustrien,  
Dagligvarehandelen, Reiseliv & Convenience



Spørsmål? Ring oss på 24 077 007 eller e-post [abo@medierogledelse.no](mailto:abo@medierogledelse.no)



# Solid utvalg av ost

Utvalget av økologisk ost er blitt stadig bedre, noe man raskt får bekreftet ved å kaste et blikk i ostedisken hos Meny.

## ARE KNUDSEN

are@dagligvarehandelen.no

**O**steelskere har fått stadig mer å glede seg over i senere år. Utvalget vokser, ikke minst takket være økt tilfang fra de mange gårdsysteriene over hele landet. Det har også ført til at en rekke økologiske alternativer har dukket opp i dagligvarebutikkene.

### Alltid på utkikk

– Er økologisk ost noe Meny satser bevisst på, eller er det noe som «kommer på kjøpet» ettersom enkelte mindre ysterier er økologiske?

– Vi er alltid på utkikk etter økologiske oster, og spesielt blant norske ysterier, forsikrer Lars Gerhardsen, ansvarlig for håndskårne oster i Meny.

– I dag har vi 32 økologisk oster hvorav 30 er norske, forteller han.

### Vi er alltid på utkikk etter økologiske oster.

– Hva er bestselgeren?

– Bestselger av norsk økologisk er Norvegia økologisk 500 g fra Tine. På en god andreplass kommer Raudberg fra Himmelspannet, mens Fjellblå fra Eggen gård ligger på en fin tredjeplass, opplyser Gerhardsen.

### Selger godt

– Hvordan har salgsutviklingen vært for økologisk ost i Meny det siste året?

– De økologiske ostene har den samme gode utviklingen som resten av ostene i Meny. De har cirka samme salget som i fjor, og fjoråret var godt, understreker han.

– Er økologi et fortrinn når det gjelder kundenes valg av ost, eller handler det mest om smak?

– Det er nok først og fremst et spørsmål om smak for de fleste. Vi har dem som har tatt et valg og kun ser etter økologisk, men de fleste velger etter smak.

– Kan Meny-kundene vente seg flere øko-oster i nær fremtid?

– Det er ingen økologiske nyheter på denne siden av nyttår, dessverre, sier Lars Gerhardsen.



Meny har 30 norske øko-oster i sortimentet. Fjellblå fra Eggen gård ligger på tredjeplass på bestselgerlisten.



– De fleste velger nok ost basert på smak, ikke om de er økologiske, tror Lars Gerhardsen i Meny.

## Gir kuene bedre plass

Det danske økologiske meieriet Thise gjør endringer i fremstillingen av alle produkter når kuene nå får mer plass i fjøset.

Thise Mejeri er Danmarks nest største meieri innenfor økologisk melkeproduksjon og er eid av de 75 økologiske bøndene som produserer melken. Kuene skal etter gjeldende økologibestemmelser ha 6 kvadratmeter å boltre seg på hver. Thise hever minstekravet til 8 kvadratmeter for alle de sortbrokete kuene og til 6,6 kvadratmeter for de mindre jerseykuene.

### Får 3 hjerter

Alle meieriets produkter fremstilt etter 1. august tilfredsstiller dermed kravene for tre hjerter i såvel Coops som i Fødevarestyrelsens dyrevelferdsmerking. Det

gjelder også for produktene Thise produserer under merkene Irma Øko, Ånglamark og 365.

– Thises bønder er i full gang med omstillingsprosessene. Vi arbeider med et bredt spektrum av initiativer når det gjelder klima, natur og det gode dyreliv. Vi arbeider for eksempel hardt med utfasing av soya i kuenes fôr, og innenfor natur og dyreliv har vi eksempelvis allerede Græsmælk, Ad Libitum-mælk og Irma-jersey. Nå kommer også initiativet med de skjerpede plasskravene til alle Thise-kuene, uttaler direktør Poul Pedersen i Thise Mejeri i en pressemelding.

### Viser vei

I Coop Danmark er man svært fornøyd med forbedringene hos Thise.

– Dyrevelferd betyr mer og mer for kundene, og vi ønsker fortsatt å være nummer én på ansvarlighet i dansk dagligvarehandel. Det kan bare la seg gjøre gjennom samarbeid med nytenkende og innovative leverandører og samarbeidspartnere. Med de seneste forandringene har Thise igjen vist veien til fornyelse og forbedringer, sier food-direktør Jan Adolfsen i Coop i pressemeldingen.



Alle produktene fra Thise Mejeri produsert etter 1. august tilfredsstiller kravene for tre hjerter i både Coops og Fødevarestyrelsens dyrevelferdsmerking.





**Rørosmeieriet selger stadig mer økologisk melk og andre økologiske meieriprodukter.**



**Salgsveksten i den økologiske meierihylla sikres med stadig økende import. Som Kolonihagens yoghurt i Rema 1000.**

# Rørosmeieriet: – Alvorlig bekymret

Anvendelsesgraden for økologisk melk har gått ned fra 59,5 prosent til 51,6 prosent fra juli 2020 til juli 2021. Samtidig øker importen kraftig.

**MARIT HAUGDAHL**  
marit@dagligvarehandelen.no

**–** Jeg er alvorlig bekymret og ganske overrasket, sier meierisjef Trond Vilhelm Lund i Rørosmeieriet.

Anvendelsesgraden forteller hvor stor andel av de økologiske råvarene som selges som økologiske produkter. De siste årene har den ligget på rett oppunder 60 prosent.

## – Dramatisk

I 2020 var andelen som ble solgt videre som økologisk melk 57 prosent, noe som utgjorde ett prosentpoeng eller 0,2 millioner liter mindre enn i 2019. Så langt i år har anvendelsesgraden sunket drastisk.

– I fem-seks år har den vært på nesten 60 prosent. Før Rørosmeieriet virkelig satte fart, var den på knappe 40 prosent. Vi så tendensen mot slutten av 2020, men året sett under ett så det tilforlætelig ut. Men droppet som vi ser til og med juli 2021, der anvendelsesgraden er

nede på 51,6 prosent, er dramatisk, mener Lund.

Det produseres årlig rundt 50 millioner liter økologisk melk i Norge. Et så stort fall i anvendelsesgraden utgjør nesten 10 prosent av totalproduksjonen eller nær 5 millioner liter.

## Frykter monopol

Det er urealistisk å klare å benytte all økologisk melk til økologiske produkter, men en anvendelsesgrad på mellom 70 og 80 prosent bør være mulig, ifølge Tine Råvare.

Rørosmeieriet har vært i sterk vekst de siste årene, og har på få år gått fra å benytte rundt en fjerdedel av den tilgjengelige øko-melka i Norge, til å bli den desidert største aktøren. Og veksten fortsetter. Det er bekymringsverdig, ifølge meieriets leder.

– Rørosmeieriet benytter snart 70 prosent av den anvendte øko-melka i Norge. Det medfører at vi er i ferd med å få monopol, og det ønsker vi virkelig ikke! Salgsveksten i den økologiske meierihylla sikres med stadig økende import, konkluderer meierisjefen.

## 35 prosent import-yoghurt

For mens bruken av norsk økologiske melk går ned, øker salget av økologiske meieriprodukter i dagligvarehandelen. Det vil si at den norske verdikjeden taper markedsandeler.

– Importen av øko-meieriprodukter øker mye raskere og tar store og foruroligende markedsandeler sammenlignet med konvensjonelle meieriprodukter, sier Lund.

Det finnes ikke tall for hele meierihyllas øko-omsetning per i dag.

– Men basert på det tallmaterialet vi har for salg ut av butikk, ble det for eksempel over 35 prosent import av økologisk yoghurt i 2020. Regner en med plantebaserte produkter i meierihylla, er vi på over 47 prosent import, forteller Trond Vilhelm Lund.

## Etterlyser øko-politikk

Prognosene viser at det i 2021 vil bli produsert mindre økologisk melk enn året før. Trond Vilhelm Lund frykter at også anvendelsesgraden vil fortsette å synke.

– Når vi bruker mer melk enn før, men anvendelsesgraden går ned, må

det bety at den andre aktøren, Tine, reduserer sin bruk av øko-melk, konkluderer han.

Lund er dypt bekymret for norsk landbrukspolitikk – eller mangelen på sådan.

– Direktoratet oppdager ikke ting før det har gått ett år. De kikker seg alltid tilbake i stedet for å følge med fremover. Det er uheldig av to grunner, mener han.

– Snart er det kun Rørosmeieriet som utvikler økologiske meieriprodukter i Norge. Det er begrenset hvor mange nyheter vi kan komme med. Samtidig har EU en strategi om 25 prosent økologisk produksjon. Forbrukerne vil ha variasjon og mangfold, og da vil norske aktører heller gå til Europa, tror han.

## Naturlig med import i Rema

Slik Kolonihagen nå har gjort på vegne av Rema 1000. Ifølge Trond Vilhelm Lund er det helt naturlig at Kolonihagen lanserer ost, yoghurt og andre meieriprodukter produsert i utlandet.

– Når både Tine og vi sier nei, hvor

skal de ellers gå?, spør han.

– Dette er mer et resultat av mangel på norske tilbydere. Hele øko-satsinga er mislykket når vi ikke har klart å skape noe mer på 20 år – hverken innenfor melk eller noe annet, lyder hans dom.

Det er dessverre alt for få som er interessert i norsk landbrukspolitikk, og det er noe av kjernen i problemet, mener meieribestyreren.

– Landbrukspolitikken er overlatt til departementet. Jeg har jobbet med alle partiene det siste året. Det er ingen som virkelig kvesser spydet og tar på brynja for å gå i bresjen for norsk landbruk, sukker han.

– Fordelen er at vi kan gjøre noe med det. Hvis vi vil. Vi må bli offensive og stimulere til produktutvikling i stedet for å være passive og se oss tilbake. Fordelen med norsk landbruk er at det er ekstremt tilpasningsdyktig. Så om norske politikere ønsker en aktiv og offensiv næring, så får de det!

**Vi er i ferd med å få monopol, og det ønsker vi virkelig ikke!**





De økologiske havregrynene er produsert av Stangeland mølle i Sandnes, men hvor er havren dyrket?



Produktene fra Den sorte havre får skryt for forbillig merking, sammen med flere andre.



Kolonihagen har en stor serie med økologiske brød. Men melet har ikke norsk opprinnelse.

# Lite norsk mel i økologiske brød

Det dyrkes lite økologisk matkorn i Norge. Mesteparten av melet som brukes til å bake økologiske brød samt lage melblandinger til hjemmebakst, er derfor importvare. Men det finnes gode unntak.

**MARIT HAUGDAHL**  
marit@dagligvarehandelen.no

**P**rosjektleder Marte Guttulsrød i Økologisk Norge studerer brødposene i en Coop Mega-butikk i Oslo. Hun strever med å finne informasjonen hun er på jakt etter.

– Dette er ikke norsk mel. Jeg finner i hvert fall ikke Nyt Norge-merket, sier hun og konkluderer med at melet i grovbrødet fra Änglamark er importert. Det gjelder også øvrige brødvarer fra Änglamark. «Opprinnelse: EU», står det.

## – Helt krise

Også Kolonihagen baker brød på utenlandsk, økologisk mel til Rema-butikkene. De har, som du har kunnet lese om i Dagligvarehandelen tidligere, et stort prosjekt for å få 100 prosent norskdyrket, økologisk havre i produktene sine.

– Når det ikke står opprinnelse, regner jeg med at den ikke er norsk, sier Guttulsrød.

De økologiske havregrynene er produsert av Stangeland mølle i Sandnes – en leverandør som produserer for mange aktører. Men hvor er havren dyrket?

– Rundt 95 prosent av øko-havren er importert. Det er helt krise, for det er en sort som norsk landbruksrådgivning sier det er gode muligheter til å få til her i landet, slår Guttulsrød fast.

– Er det bønder som har lyst å produsere økologisk havre?

– De må i det minste få beskjed om at det trengs. Og gode rammevilkår.

## Hvem har ansvaret?

– Er det kjedens oppgave å gi gode rammevilkår?

– Det er et sammensatt bilde av hvem som har ansvar, men det er helt klart at dagligvarekjedene har mye makt. For kjedenes egne merkevarer er det kjedene som forhandler prisene med produsentene.

Holli Mølle er godt representert i flere kjeder. En Coop Mega-butikk hadde en hel endereol med produkter herfra.

– Men det burde også stått sammen med vanlig mel – vi holdt på å gå glipp av det, kommenterer Guttulsrød.

**Rundt 95 prosent av øko-havren er importert. Det er helt krise.**

Sana bona har også egen endereol i denne butikken. Det har også Helios. Her har få eller ingen produkter norsk opprinnelse.

## «Fra EU og ikke-EU»

På brødene i Remas store serie med økologiske brød fra Kolonihagen står det «Produsert i Norge av Kolonihagen bakeri for Rema 1000».

– Om råvaren hadde vært norsk, hadde det stått, slår Marte Guttulsrød fast, men gir leverandøren stort pluss for stort utvalg og høy kvalitet. Kolonihagen har også økologisk havregryn produsert i Norge av Norgesmøllene – men med uklar opprinnelse. Hveten i det siktede hvete-melet fra Kolonihagen er merket «Melet i denne posen opprinner fra EU og ikke-EU (Norge)».

– Det går ikke an å si det! Det blir som å si at noe er produsert av «naturlige råvarer», fnysrer Guttulsrød.

## Flere norske leverandører

Menys ferske, økologiske brød er godt gjemt nederst i brødhylla. Men melet i brødene er norsk og levert av Holli Mølle, opplyser Norgesgruppen.

I hyllen for mel og korn er utvalget av økologiske varianter stort, og mange norske leverandører er representert,

– Økende etterspørsel etter norsk, økologisk havre

**Daglig leder Øyvind Aareskjold i Stangeland Mølle kan fortelle om sterkt økende etterspørsel etter norsk, økologisk havre.**

**MARIT HAUGDAHL**  
marit@dagligvarehandelen.no

Den tradisjonsrike mølla i Sandnes har spesialisert seg på havre og produserer for Alma og flere norske dagligvarekjeder – i tillegg til at de har egen produksjon.

– Økologi-andelen er ikke så stor, kanskje 10 prosent av totalen. Men etterspørselen har vokst veldig de senere år, forteller Aareskjold.

– Forbrukeren vil ha norsk, økologisk havre. Det føler de seg trygge på, konkluderer han.

Men Norge er på langt nær selvforsynt med økologisk havre, og etter at avlingene slo feil på grunn av regn det ene året og tørke det neste, har selvforsyningsgraden blitt enda lavere.

– Nå håper jeg virkelig vi kan komme opp igjen. Vi har sett en sterk vekst de siste fire-fem årene, sier Aareskjold, som helst

vil merke flest mulig produkter med «Nyt Norge». Han merker at også dagligvarekjedene ønsker mer norsk, økologisk råvare.

– Hva kan dere gjøre for å bidra til å øke produksjonen?

– Vi gir klare signaler til dem vi kjøper fra. Norsk, økologisk havre er det det er absolutt minst av – og det vi trenger mest!

Da vi snakket med møllebestyreren sist uke, ventet han på prognoser for årets havreproduksjon – som han håpet at ville bli gode.

– Jeg tror vi må produsere mer korn i Norge for å sikre selvsbergingen i større grad. Jeg blir skeptisk når jeg ser hva som skjer i verden. Vi ser konturene av ting vi ikke har sett før, sier Aareskjold og sikter til enorm tørke i Amerika, stadig større svingninger i avlingene internasjonalt og transportutfordringer under pandemien.

som Holli, Kvelde og Den sorte havre.

– «100 prosent norsk sorthavre», det er bra. Og gøy. Den sorte havre har også flere varianter av ekte, norsk urhavre. Ikke er det veldig dyre produkter heller, jubler Marte Guttulsrød.

Flere av produktene er merket med navnet på gården som råvaren

kommer fra.

– All spelten til Holli er norsk, og de har bra merking. Sånn vil jeg ha det som forbruker!

Av økologisk hvete finnes kun sikket hvete-mel fra Møllerens i Meny-butikken. Det står ingenting om hvorvidt hveten er norsk.



# Ti gode grunner til å velge økologisk

Øko-mat inneholder ikke matsminke, sprøytemiddelrester eller syntetiske tilsetningsstoffer og er også produsert uten genmanipulering.

**M**ed et økologisk landbruk blir naturen renere og får et mer mangfold av arter som vi blant annet trenger for å pollinere matplantene våre. Det finnes minst ti gode grunner til å velge mat som er produsert mer på naturens premisser. Dessuten blir det rikere natur, renere jordsmonn og vann med økologisk landbruk. Ved å erkjenne dette og etterspørre økologisk mat og varer er du med på et helt nødvendig skifte innen landbruket. Dette er ikke bare et spørsmål om det er sunnere for oss, men hva som i lengden er sunnere for hele kloden. En økologisk tilnærming til matproduksjon representerer en omtanke for miljøet.

## 1 Du får mat uten rester av sprøytemidler

Når du spiser økologisk slipper du rester av sprøytemidler, som ikke bare dreper insekter, ugress og plan-tesykdommer, men også kan være skadelig for oss mennesker.

## 2 Du får mat med mer smak

Økologiske grønnsaker inneholder generelt flere nærings- og smaksstoffer og mindre vann pr. kg enn ikke-økologiske grønnsaker.

## 3 Du får rene varer uten sminke

Ø-merkede matvarer er ikke sminket med fargestoffer eller tilsatt kunstige tilsetningsstoffer. Vi må være klar over at matvarer som ser «perfekte» ut, ofte er farget og overflatebehandlet og derfor faktisk er langt fra perfekte i et miljø- og helseperspektiv.

## 4 Økologiske dyr har bedre forhold

Høy dyrevelferd er viktig i økologisk landbruk, blant annet har økologiske dyr bedre plass inne og oftere tilgang til uteareal, samt at de får næringsrikt, rent økologisk fôr.

## 5 Økologisk landbruk ødelegger ikke vannet vårt

Økologiske bønder bruker ikke sprøytemidler og kunstgjødsel som kan forurense vassdrag og grunnvann.

## 6 Bevar en rik og ren natur

Naturen er rikere og renere med økologisk landbruk, og vi bevarer bier, humler og andre pollinerende insekter som hjelper oss med 1/3 av verdens matproduksjon!

## 7 Naturlig mat er sunn fornuft

Målet i økologisk produksjon er sunne og robuste dyr og planter.

## 8 Nei takk til genmanipulert mat

I økologisk produksjon blir det hverken brukt genmanipulering i mat til mennesker eller i fôr til dyr. Hovedgrunnen er at føre-var-prinsippet

legges til grunn og det er ikke forsket nok til at vi kan være sikre på at det er trygt.

## 9 Ø-merket står for grundig kontroll

Det grønne, norske Ø-merket og EUs økologilogo er din garanti for økologisk kvalitet. Hver produsent kontrolleres minst en gang i året, og om Debio ønsker kan de dra på uanmeldt kontroll når som helst.

## 10 Økologi er bra for utviklingsland

En rekke internasjonale undersøkelser viser at økologiske metoder kan hjelpe fattige bønder i Afrika, Asia og Sør-Amerika med å produsere mer mat og tjene mer penger.

Kilde: Økologisk Norge.  
Sist oppdatert: 19. juni 2019

Økologisk mat gjør godt for...

...**deg** fordi den produseres uten bruk av kjemisk-syntetiske sprøytemidler, og du unngår rundt 280 tilsetningsstoffer som er tillatt i all annen mat. Du er derved mindre utsatt for eksponering av stoffer som kan innebære en helseskadelig belastning. I tillegg har økologiske matvarer ofte høyere innhold av antioksidanter, enkelte vitaminer, mineraler og sunne fettsyrer.

...**miljøet** fordi økologisk landbruk tar utgangspunkt i naturens samspill ved å ta vare på livet i jorda og mangfoldet av planter, dyr og insekter. Økologisk landbruk baseres i stor grad på fornybare og lokale ressurser.

...**dyra** fordi det legges til rette for deres naturlige behov. Det stilles større krav til plass, både ute og inne, enn det som ellers gjelder i konvensjonell drift. Fôret skal være økologisk, med begrenset bruk av kraftfôr. Både høner, griser og drøvtyggere har tilgang til økologisk grovfôr. Dette gir et godt grunnlag for trivsel og dyrevelferd.

Kilde: Økologisk Norge

Foto: Istock





Neste  
utgave!  
23.nov

Dagligvarehandelen utgir eget  
økologi-bilag fire ganger i år.  
**Interessert i å annonsere?**

Ta kontakt med din faste konsulent  
eller salgssjef Yngve Knutsen:  
[yingve@dagligvarehandelen.no](mailto:yingve@dagligvarehandelen.no)  
901 77 242

**Dagligvarehandelen**