

MOBILISERING, REKRUTTERING OG OPPRETTHOLDELSE AV ØKOLOGISKE OSTEPRODUSENTER

En erfaringsbasert rapport fra gards- og handverksystere i Norsk Gardsost



2021-2023

15.09.2021 2021/39961, Agros 163454



Norsk Gardsost

Innholdsfortegnelse

Forord	2
Rekruttering	3
Inspirasjonsforedrag av Lise Brunborg fra Stavanger Ysteri	3
Motivasjon.....	3
Egen arbeidsplass på gården	3
Selvutvikling og kompetanse.....	4
Håndverkstradisjoner	4
Formidling.....	5
Terroir og selvforsyning.....	5
Utfordringer.....	5
Sertifisering	5
Jordhelse	6
Økonomi	7
Lysozym	7
Kompetanse.....	8
Tilgjengelige råvarer	8
Beste råd til andre	9
Strategisk planlegging	9
Samarbeidspartnere og kompetanse	9
Flere bein stå på	10
«Våg å satse».....	10
Mobilisering	10
Inspirasjonsforedrag av Knut Åland fra Aalan Gård	10
Samarbeid med andre aktører	11
Gruppeoppgave om fremtiden	13
Opprettholdelse	16
Inspirasjonsforedrag av Stein Ivar Ormsetrød, spesialutsending for matpolitikk	16
Styrker ved økologisk produksjon	16
Svakheter ved økologisk produksjon	17
Muligheter ved økologisk produksjon.....	18
Trusler ved økologisk produksjon	19
Avsluttende refleksjoner og videre anbefalinger	20
Tusen takk!	21

Forord

Norsk Gardsost er en landsdekkende organisasjon for norske håndverksysteri og gårdsmeieri. Norsk Gardsost organiserer de fleste som jobber med småskala melkeforedling i Norge, og arbeider for å bedre rammevilkårene for denne næringen. Organisasjonen skal ivareta og fremme medlemmene sine felles interesser innenfor kvalitet og økonomi, og ellers representere medlemmene opp mot styresmaktene, andre organisasjoner og samfunnet ellers. Norsk Gardsost skal få fram hvordan håndverksmeieriene er viktige for verdiskaping og som tradisjonsbærer.

Norsk Gardsost søkte om midler for å gjennomføre 3 samlinger i et økologisk nettverk for håndverksystemer. Vi fikk tildelt inntil 322 000,- fra Landbruksdirektoratet og 100 000, fra Innovasjon Norge til å gjennomføre 3 økologiske nettverkssamlinger. Vi har gjennomført 3 samlinger fordelt over ca. ett år i Østfold, Agder og Trøndelag

Norsk Gardsost har ca. 35 økologiske gårds- og håndverksystemer som medlemmer i organisasjonen. 45 personer fra 18 ysterier har vært samlet på 3 ulike nettverkssamlinger. Nettverket har vært åpent for alle som har vært interessert (ikke alle er sertifisert økologisk). Den første samlingen ble lagt til Ostesymposium 2022. Der var det 18 tilstede, fra 11 ulike ysterier og meierier. Vi tok turen til Rygge der vi fikk omvisning og en orientering om driften til Rygge Meieri i tillegg til en miniworkshop om utfordringer innenfor økologisk osteproduksjon. Andre samling var på Tjamsland Gård i Agder der 15 deltagere fra 9 ysterier og meierier var tilstede. Det ble to dager med workshop basert på ysternes erfaringer. Siste samling ble på Røros der vi samlet 21 deltagere fra 11 ysterier. Rapporten ble presentert, og vi fikk omvisning på Rørosmeieriet med et foredrag om marked og salg. Vi avsluttet samlingen med besøk til Eggen Gårdsysteri, ysteriet som vant Norges beste ost i World Cheese Awards 2022 i Wales. Det er utfordrende å samle ystere tre ganger i året, men fordi vi la siste nettverkssamling til årsmøtet til Norsk Gardsost fikk vi flere deltagere.

Det er viktig å påpeke at denne rapporten er basert på ysternes erfaringer og egne meninger. Her får leseren oppleve ysternes syn på hva som fungerer, og ikke, innenfor økologisk osteproduksjon. Ysterne kommer både med utfordringer som er komplekse, men også muligheter for en tydeligere satsning på økologiske meieriprodukter. Deltagerne som var tilstede er fra: Stavanger Ysteri, Aalan Gård, Olestølen Mikroysteri, Rørosmeieriet, Uppistog Gard, Gårdssysteriet, Derinngarden, Tjamsland Ysteri, Skarrbo Gård, Vikabråten, Skarsmoen Ysteri, Rygge Meieri, NORD Ysteri, Liabakkad`n Gardsysteri, Ysteriet på Sogn Jord og Hagebruksskole, Eggen Gardsysteri, Grindal Ysteri og Isrosa.



Rekruttering

Inspirasjonsforedrag av Lise Brunborg fra Stavanger Ysteri

Lise har bakgrunn fra NMBU på Ås og tok master i Osteteknologi. Fosfor problematikken i verden interesserte henne og hun ble tidlig del av økolaget til studentene. Da Lise skulle velge hva hun ønsket å studere etter BSc, så rangerte hun råvarer etter hvor interessante de var, på molekylærnivå. Melk ble soleklar vinner og hun tok en master på geitost. Etter studiene ønsket Lise å være en brobygger og bindeledd mellom universitetsmiljøer og håndverksysterier. Hun syklet rundt i Norge og besøkte ulike ysterier og var en del av Håøya Naturverksted i flere år.

Lise ble så inspirert at hun i 2014 startet Stavanger Ysteri, og får nå økologiske kumelk fra Kolbjørn Anda på Randaberg som er den eneste økologiske melkebonden i Stavanger. Han leverer fersk økologisk melk tre ganger i uka. Samarbeidet har styrket henne som yster og hun oppfordrer alle til å inngå partnerskap med samarbeidspartnere for å ha større påvirkningskraft og tyngde i markedet.

Nå er Stavanger Ysteri blitt byens ysteri, og Lise leverer ostene sine på sykkel til byens restauranter og osteutsalg hver uke. I et merkevarebyggings-perspektiv har dette vært lurt fordi Lises ysteri er kjent som osten som blir levert på sykkel. Det forteller noe om at dette er et håndverksysteri, ikke et industrielt ysteri. Hun kommer dermed i nær relasjon til kundene. Denne tette forbindelsen har vist seg å være et konkurransefortrinn.

Lise yster fra upasteurisert melk for å bringe områdets terroir inn i ostene. Opprinnelsen skal gjenspeiles i smak og kvalitet. «Potensialet finnes i smaken i den ferske melka» sier Lise. Lises oster er et håndverk og ysteriet er et utstillingsvindu for norsk landbruk, bokstavelig talt. Gjestene kan se prosessen i ysteriet gjennom vinduer. Lise har skapt seg en arbeidsplass med 4 ansatte. Hun ønsker å beholde kvaliteten og drive en bærekraftig bedrift hvor det sosiale er likestilt med det økonomiske. Dette innebærer at hun har ingen planer om å utvide, men forbli dagens størrelse slik at det er oversiktlig, transparent og håndterlig.

Lise velger økologisk fordi hun er opptatt av miljø og jordhelse. Hun mener økologisk er en spydspiss som flere kan dra nytte av. Konvensjonelt landbruk ønsker mest mulig avling på kortest mulig tid, mens økologisk landbruk bruker økologiske prosesser og jobber sammen med økosystemet.

Motivasjon

Egen arbeidsplass på gården

Rygge Meieri v/Sølvi Gammelsrød ønsket å starte sin egen arbeidsplass på gården. Hun jobbet lenge som legesekretær før hun startet ysteriet. Hun var heldig og fikk tilgang til gode lokaler i Rygge sentrum. Meieriet ligger 2 km fra gården. Det er flere som er enige med Sølvi. Ønsket er stort rundt det å skape sin egen arbeidsplass og videreforedle melk fra egen gård i et lokalsamfunn. Noen har også barn som de ønsker å skape en arbeidsplass for, slik at også de ønsker og har mulighet til å ha over bedriften etter hvert. En deltager sa «det å dyrke god matjord til mine egne barn – det er vårt ansvar».

Erfarne ystere i bransjen sier at de ikke har jobbet med en landbruksproduksjon som har så god inntekt som osteproduksjon. Markedet er godt nå for denne type produksjon. Det er etterspørsel og engasjement rundt håndverksoster. Vi må dog jobbe for at økologisk mat skal få en mer positiv omtale. Ruth og Jørn fra Tjamsland Ysteri jobber begge fulltid på gården. De må ha inntekt på gården for å drive den lønnsomt. De har nå inngått avtale med flere andre aktører i det som heter Sørlandets Bakhage, et nettverk for å synliggjøre flere lokalmataktører i Birkenes. Tjamsland Ysteri ønsker å lage spennende produkter av økologisk melk siden Tine ikke prioriterer denne typen innovasjon.

Tjamsland og flere andre deltagere videreforedler, eller ønsker å videreforedle, den økologiske melken til spennende produkter som kan selges enten gjennom eget utsalg eller i samarbeid med grossister som Matkompaniet, Oluf Lorentzen, Rørosmat, Trøndermat eller andre.

Selvutvikling og kompetanse

Flere deltagere ønsker å utvikle seg selv og sin kunnskap, og får bistand fra både Kompetansenettverkene, Norsk Landbruksrådgivning og fagrådgiverne i Norsk Gardsost. De vil jobbe med noe som gir verdi, og for mange handler det om dyr og mat i kombinasjon. Kathrin Aslaksby fra Olestølen la vekt på at kjemien bak ost er så utrolig interessant. «Melk er den mest spennende råvaren som finnes» sa hun «Tenk på alle de ulike produktene man får fra kun én råvare – melk». Deltagerne lager ost både fra rå fersk melk og pasteurisert melk. Utvikling av egen kompetanse rundt håndtering av melk og osteproduksjon gir mestringsfølelse, og man får brukt seg selv. Osteproduksjon er en jobb der man jobber med både hånd og sjel. «Jeg ønsker å drive mangesysleri og da passer økologisk osteproduksjon med den jeg er» sa Caren fra Uppistog Gard. Cathinka fra Gårdssysleriet sa: «Jeg ønsker å produsere mat, forstå og komme tett på produksjonen av mat».

Håndverkstradisjoner

Håndverkstradisjoner står sterkt og ønsket om å benytte seg av ressursene på gården for å lage seg en inntekt hele året er stort. Ysting er en gammel tradisjon, og deltagerne vil jobbe med formidling av det tradisjonelle håndverket. Flere deltagere har også støl og benytter seg av sommerbeite der. Ysting har tradisjonelt sett vært en kvinneyrke i Norge, spesielt ifm seterdrift. Her har man ikke hatt tilgjengelig store maskiner, men utviklet håndverket og lokale ressurser. Kvinner får generelt mer mestringsfølelse av en håndverksbasert drift fremfor en produksjon med store maskiner, påpeker en deltager. De som jobber med slike produkter i dag ønsker å formidle det tradisjonelle håndverket ost er, og føre stølstradisjonene videre uten eksterne innsatsmidler.

Innovasjonsgraden innen økologisk osteproduksjon er høy fordi produsentene ønsker å skille seg litt ut fra de konvensjonelle produktene, og ysterne søker ofte ny kunnskap på ulike områder og langt utover Norges grenser. Innenfor osteproduksjon er det dog større forskjell mellom ost laget av rå fersk melk og ost laget av upasteurisert melk, versus forskjellen på økologisk ost og konvensjonell ost.

«Motivasjon for å jobbe med melk er at den er matens Rolls Royce» sier Trond Lund fra Rørosmeieriet. Rørosmeieriet ønsker å utvikle forskjellige produkter fra samme melk. De har enda ikke laget lagret ost som krever kapital, stor kunnskap og håndverkskompetanse. Et

poeng som Trond trekker frem er at i Tyskland kalles ysting for melkehåndverk, og mener at det beskriver hva vi faktisk holder på med enda mer tydelig. Rørosmeieriet er dog en stor aktør og omtaler sine produkter som industrielle håndverksprodukter.

Formidling

Flere deltagere blir motivert av å formidle kunnskap om matens opprinnelse, og tilby historien sammen med salget. Det kan være gjennom et gårdsutsalg som Rygge Meieri, kursing som de gjør på Stavanger ysteri, seterformidling som Olestølen Mikrosteri blant flere andre matopplevelser. Opplevelser gir merverdi til dem som kjøper produktet, da ysternes egen historie er unik og formidler variasjoner og mangfoldet som finnes på gården eller i ysteriet. Deltagerne ønsker å skape en arbeidsplass som handler om å lage gode smaker og opplevelser for de besøkende. Ikke minst, mulighetsrommet som ligger i råvaren økologisk melk er stort, fordi en kan lage uendelige steds- og smaksspesifikke varianter og unike produkter. Historiefortelling er derfor en viktig del av produktet som gir merverdi til kunden. Det tilrettelegger for kunnskap og skaper en forbindelse mellom produsent og forbruker.

Terroir og selvforsyning

Det er nødvendig å ta vare på jorda, og det biologiske mangfoldet i melka. Både i planteverden og dyreverden, for å styrke områdets *terroir*. Slik kommer også det økologiske håndverket frem. Det er et viktig mangfold av dyr, planter og mikrober på gården. Produsentene jobber med flere plan innenfor økologien. *Terroir* er viktig i Frankrike der et høyt bakterielt tall i melka er positivt. Økologisk håndverksost skal gjenspeile hvor osten/melken kommer fra. Foreløpig gjenstår endel bevissthet rundt dette hos den jevne forbruker i Norge. Filosofien til flere ystere er at håndverksost burde være basert på rå melk fordi potensialet i den gode osten ligger i melka». Økologisk produksjon skal baseres på et levende kretsløp med økologiske prinsipper i bunn (helseprinsippet, rettferdighetsprinsippet, varsomhetsprinsippet og økologiprinsippet).

Deltagerne er opptatt av selvforsyning, og dette behovet har økt ettersom uroen i verden har blitt større. Det er større fokus på at jordsmonnet må være godt og at man har nok fôr til dyrene, at man har gode samarbeidspartnere og et godt nettverk. Man ønsker å utnytte ressursgrunnlaget på gården eller i sitt nærområde gjennom å opprettholde og foredle biologisk mangfold i landskapet, i naturen, medmenneskelig og mikrobielt.

Utfordringer

Sertifisering

Deltagerne setter DEBIO sertifiseringen som største utfordring ift det å drive økologisk. Det er et komplisert regelverk å sette seg inn i, i tillegg til alt annet når man legger om til økologisk. Debio økologisk koster litt for mye for de små og for lite for de store. Det er også en avgift per selskap, noe som gjør sertifiseringen dyrere når gården og ysteriet er to selskaper. Det at man må sette av en hel dag til kontrollen er utfordrende mtp tidsbruk. Økobønder må betale for å være økobønder gjennom DEBIO sertifiseringen, men flere av deltagerne påpeker at det burde vært omvendt. Økologisk landbruk burde vært normalen uten avgift, og annet landbruk som ikke følger økologiske prosesser burde betale avgift. Man

snakker ofte om at forurensere betaler, så det stilles spørsmål om hvorfor de som *ikke* bruker sprøytemidler skal belastes med egen sertifisering.

I dag har ikke regjeringen satt et mål for økologisk produksjon. Vi mangler en tallfestet målsetting fra regjeringen og en vilje til å øke økologisk omsetning på melk og ost. Hvis staten ønsker mer økologisk matproduksjon i fremtiden burde de ta mellomavgiften på økomat versus konvensjonell mat. Økologiske ystere burde få dekket sertifiseringskostnaden, siden bonden bidrar med sin tid og kunnskap for gjennomføringen av økologisk drift. Det er et speilvendt prinsipp at økobonden må betale når staten ønsker mer økoprodukter.

Deltagerne påpeker at regelverket stadig vekk blir mer detaljert og komplisert. Et eksempel er GMO erklæringer som ikke blir godkjent pga ordlyd, selv om de er godkjent i Europa. Salt skal også godkjennes økologisk etter hvert, men her kan man søke om dispensasjon. Aske er for eksempel kun lov i økologisk geiteost, men ikke i ku- og sauemelksost.

Cathinka fra Gårdssysleriet i Agder får mye potet og brød fra butikker som ikke er økologisk. På denne måten forhindrer hun matsvinn i stor grad. Kuene og dermed melka og osten, kan da ikke sertifiseres som økologisk, selv om resten av gården er sertifisert. Dette kan føre til at ystere ikke legger om fordi de heller vil bruke lokale ressurser som er tilgjengelig og sees på som bærekraftig. Ysterne vil ha en arbeidsplass uten sprøytemidler, og de ønsker å bygge matjord. Dette kan de klare uten økologisk sertifisering. Deltagerne mener det er en manglende helhetstanke og forståelse for bærekraftig matproduksjon i regelverket.

«Økologisk er jo en merkeordning. Vi ønsker at alle skal drive i ett med naturen, ikke nødvendigvis at de skal være økosertifisert.»
Deltager på Økologisk nettverkssamling

Lise fra Stavanger Ysteri dypper den ene osten sin i øl som ikke er økologisk. Med bakgrunn i dette får hun ikke økologisk sertifisering. Hvis hun hadde lagt på et plastbelegg rundt osten, kunne hun dog få økologisk sertifisering. Dette oppleves som en merkelig prioritering innenfor regelverket.

Jordhelse

Det å sette et prosentmål i økologisk landbruk vil være et verktøy for å styrke jordhelse og bedre dyrevelferd, noe det i dag er mangel på. Ysterne ser på et prosentmål som et verktøy, men ikke et mål. EU jobber mye for å øke jordhelse, menneskehelse og dyrehelse, og har satt et mål om økologisk landbruksproduksjon på 25% innen 2030. Mattilsynets rapport om plantevernmidler 2020 viser at 32 % av de norske prøvene av næringsstoffer inneholder rester fra sprøytemidler, og vi vet ikke helsekonsekvensen av flere ulike sprøytemidler i kosten. Det er positivt at de snakker mye om det i EU, mener ysterne i det økologiske nettverket.

Det generelle målet for matproduksjon i dag er at vi skal produsere mat på kortest mulig tid til billigst mulig kostand. Det er utfordrende siden økologisk matproduksjon har en tendens til å bruke litt lengre tid på å bli ferdig. Økologisk er en spydspiss som produsenter har bygd opp gjennom fokus på god jordhelse. Det er nødvendig å bli mindre avhengig av fosfor og kunstgjødsel, men da må vi ha dyr over hele landet for å nyttiggjøre oss av gjødsel fra dyrene. Målet må være å utnytte ressursgrunnlaget og ressursene på gården på en god måte uavhengig av hvor man bor i landet.

Det er en stor fordel om jorda allerede er lagt om når man flytter til nytt sted. Da slipper man karens og kan starte produksjonen raskt.

Økonomi

Det er en stor investering som må gjøres når man starter ysteri. Stavanger ysteri produserte modnet kremost i starten for å kunne selge relativt raskt og ha noe inntjening.

Legger man om fra konvensjonelt landbruk er det vanlig å gå til mindre volum, og det er ikke alltid man får betalt for det. Når man driver med videreforedling av melk kan man dog gå ned fra 500 konvensjonelle geiter til 300 økologiske geiter, og allikevel tjene penger fordi ost har en større verdi enn melk i markedet. Det å få nok økomelk hvis man ikke produserer det selv kan allikevel være en utfordring. Rørosmeieriet får ikke nok melk fordi det ikke er nok som produserer det, og flere ystere som ønsker å legge om til økologisk får nei til økotillegg fra Tine fordi de ligger for langt unna nærmeste økologiske melkeanlegg. Bonden skal ha økotillegg og forbruker skal ha en merverdi for å kjøpe økologisk. Utfordringen er at en økohvitost er for lik en konvensjonell hvitost. Prisforskjellen henger ikke sammen med kvalitetsforskjellen. Derfor mener blant annet Lise fra Stavanger ysteri at merverdien ligger i at det er et håndverksprodukt, ikke i at det er økologisk. Og dette er også noe hun benytter seg av i salgsstrategien sin. Fra Stavanger ysteri får du kvalitetsost. Og for dem som er opptatt av økologi, er melken sertifisert gjennom Debio. Hun bruker altså ikke økologisk i kommunikasjonsstrategien, men kvalitet og håndverk. Og kvaliteten rettferdiggjøres i prisen. Hennes argument er at for å lage kvalitetsost, må hun ha økologisk råvare, for som tidligere nevnt mener hun at smakspotensialet ligger i den upasteuriserte melka rik på mikrober. Dette synspunktet støttes av flere ystere. Det er usikkert om man klarer å få dekket merkostnadene med merverdien til økologisk merkevare. Allikevel er det ønskelig for ca 35 av 150 norske gårds og håndverksystere å drive økologisk. Ysterne synes det er lite fokus fra støtteapparatet til å synliggjøre og markedsføre økologiske produkter.

Lysozym

Når Lise fra Stavanger Ysteri snakker om utfordringer så er det spesielt det at man ikke kan bruke lysozym i økologiske lagringsoster for å hemme smørsyrebakterier. Vi i Norge produserer silo og fôrer dette til dyrene om vinteren. Smørsyrebakterier kan oppstå i silo, og sporer kan komme over i melka. Bakteriene kan vokse i oster som er mindre sur og kan gjøre at osten eser opp mellom 4-6 uker. Det er derfor et problem på økologisk hvitost. Dette er kun kvalitetsfeil som kan gi dårlig utseende og smak, og har ingenting med mattrygghet å gjøre. I konvensjonell ost kan man bruke lysozym, produsert av egg, for å hindre vekst. Dette er ikke lov i økologisk produksjon siden en har en restriktiv holdning til bruk av tilsetningsstoffer generelt i økologisk mat.

«Jeg selger økologiske mykoster til min lokale økologiske butikk. De selger også økologisk fastost fra Nederland med lyzosym da man kan få dispensasjon i Nederland og dermed allikevel være økosertifisert. Min norske fastost som har lyzosym kan de dog ikke selge fordi jeg ikke får den sertifisert som økologisk. Ostene er laget på samme måte, men jeg får den altså ikke økologisk sertifisert i Norge. Hvis man ønsker norskprodusert økologisk fastost må dette regelverket endres»
Lise Brunborg fra Stavanger Ysteri

Den erfarne ysteren fra Stavanger, som også jobber som fagrådgiver for kompetansenettverkene, mener dette bør behandles som et prosesshjelpemiddel og ikke som et tilsetningsstoff. Da vil det være lov å bruke i økologiske oster. I EU kan man få dispensasjon for bruk av lysozym i økologiske oster.

Dette regulativet fører til mindre faste økologiske oster, og mer av mykoster som ikke er så kritisk med hensyn til smørtsyre. Det er mulig å kun gi økologisk høy til dyrene gjennom året, men det er vanskelig å få tak i nok, og prisen er høy.

Kompetanse

Det er mulig å få hjelp til økologisk tilrettelegging fra Norsk Landbruksrådgivning, men det er mest fokus på frukt og grønt og mindre fokus på melk og ost. Forretningsutvikling innenfor økologi er like viktig som å lage god ost, sier en deltager, og henviser til lite kompetanse på dette området. Kompetansenettverket har kunnskap om ost, men ikke nok på økologi. Landbruksrådgivningen har kunnskap om økologisk, men ikke så mye på ost, er erfaringen. Nettverket savner en bedre oversikt over hvor man søker om midler, hvordan man kan få hjelp og hvordan rigge til osteproduksjon ift økologi. Det er mangel på rådgivere med god kunnskap på økologisk ost. De fleste deltagerne har lest seg opp selv før de startet ysteri.

Tilgjengelige råvarer

- Det er mangel på økologisk fôr til dyrene. Caren fra Uppistog Gard må bruke konvensjonelt høy fordi økologisk høy kan hun kun kjøpe i et annet fylke 6 timer unna. Det blir for dyrt. Det finnes lite utvalg av kraftfôr (dog ikke bønner), og økogress finnes kun i rundballer.
- Stavanger Ysteri vasker en av ostene i sider og får ikke den sertifisert som økologisk fordi sideren ikke er økologisk. Hun ønsker å bruke sideren som finnes lokalt.
- Skal man for eksempel tilsette frukt i yoghurt eller urter i ostene sine er det også utfordrende å finne økologisk godkjente ingredienser.

Beste råd til andre

Strategisk planlegging

Det er lurt å prøve å lage økologisk ost på kjøkkenbenken før man starter med noe som helst. Man må vite at dette er et håndverk som man trives med. Produktene skal både gjenspeile det markedet trenger, og det ysteren synes smaker godt. Sett krav til din filosofi rundt hva man ønsker med ysting, og hvilket verdier man har innenfor ysting. Det gjør det lettere når det kommer utfordrende dager – for de kommer.

Det er viktig å ha en bærekraftig forretningsmodell – økonomisk, sosialt og miljømessig. Økonomisk sett er det viktig med kalkyler som gjenspeiler den økonomiske virkeligheten. Det er viktig å forstå at det er nødvendig med god økonomi. Mye dugnadsarbeid som grunnlag for å drive ysteri er ikke bærekraftig, verken sosialt eller økonomisk. Det er tidkrevende å drive ysteri, så man må være klar til å bruke mye tid på dette. Det er lurt å tenke gjennom hva slags filosofi man har rundt ost og meieri, og være tro mot det gjennom prosessen. Det er viktig å ha store mål og være ambisiøs, og ha tenkt gjennom hva som faktisk kreves. Oppstart krever mye kapital så det er lurt å bruke tid på en god forretningsplan og bruke tid på å søke midler til oppstarten. Man må ha en klar formening om kunder og målgruppe, lage en plan for markedsføring og ha en langsiktig plan. Det er per 2023 enkelt å få midler til ysteri gjennom Innovasjon Norge når man har en god forretningsplan. Ta tidlig en avgjørelse på om du ønsker ansatte eller ikke og bygg ysteri basert på ønsket størrelse. Det er mange ystier som bygger for smått i starten. Når man planlegger ysteri er det veldig viktig å tenke ysterioppbygging basert på hva slags produkter du skal lage.

Samarbeidspartnere og kompetanse

Norsk Gardsost har alltid hatt særdeles god samarbeidskultur og har delt kompetanse siden organisasjonen ble startet i 1997. Organisasjonen har i 2023 opprettet en fadderordning som medlemmene kan benytte seg av, etter ønske fra medlemmene. Gjennom denne ordningen kan man snakke med andre økologiske ystere for å forstå hva som kreves. Når man skal starte ysteri er det anbefalt å dra rundt å besøke ulike ystier og lære av aktører som allerede har gjennomført en oppbygging av et ysteri. Det er mulig å hospitere og benytte seg av besøksordningen til Kompetansenettverkene for lokalmat før man bestemmer deg for type dyr, type oster, type produksjon etc. Det er lurt å dra på studieturer, også til utlandet for å bygge nettverk tidlig.

Det finnes gode faglige rapporter som kan leses, og man kan ta innføringskurs i ysting på Sorg Jord og Hagebruksskole (SJH). Videre kan man gå på fagskolen for håndverksysting som hadde oppstart høsten 2022. SJH er en kompetansekllynge for håndverksysting med ysteri og egen faglærer i håndverksysting og et fagmiljø som er aktuelt for nye ystere.

Kompetansenettverkene for lokalmat er nyttige samarbeidspartnere for oppstart og utvikling, i tillegg til Innovasjon Norge.

Det er viktig med god dialog med Mattilsynet før man starter ysteri. Det er lurt å involvere dem som samarbeidspartner og ikke bare en kontrollinstans. Det er viktige med gode rådgivere som hjelper med motivasjon, arbeidskostnader og annet. Skal man ansette folk i bedriften må de utfylle din kompetanse. De må være gode på områder du selv ikke er.

Man får mange gode ambassadører ved å bygge relasjoner til folk. Det er nyttig å engasjere både kunder og ansatte i verdiene til bedriften. Ansatte skal bli hørt og få eierskap.

Flere bein stå på

Mange av deltagerne som produserer økologisk ost har flere bein å stå på. Det å ha en gårdsbutikk er lurt mtp å selge ulike produkter som produseres på gården. Hvis man ønsker folk til gården er dette et nyttig trekkplaster. Tjamsland gård har for eksempel tatt over det gamle skolebygget i bygda som ligger på andre siden av gården. Her har de kafè, utleielokale og lokalmatutsalg. De kombinerer flere inntektskilder. Når man skal lage et håndverk etter økologiske prinsipper må man ikke kopiere industrien, men være tro mot sine verdier og forretningsgrunnlag. Man må rendyrke håndverket og fortelle historien rundt produksjonen og gården. Man må også være trygg på kvaliteten på det du produserer.

*«Man må stå støtt for å strekke seg videre»
Trond Lund fra Rørosmeieriet*

«Våg å satse»

Det er viktig med store drømmer. Innovasjon Norge må se at man har vilje og kunnskap til å gjennomføre prosjektet. Store, men reelle ambisjoner kan øke sjansen for å lykkes. Flere av ysterne sier man må følge sin egen vei, ikke sammenligne seg selv med andre. «Det er veldig frustrerende å ikke få det til, men veldig tilfredsstillende å lage god ost» sier Jørn fra Tjamsland Ysteri. Man må følge sitt eget tempo, og ikke sette i gang raskere enn man er klar for. Man må være trygg i det man gjør, da det er et kunnskapsrikt felt å jobbe med. Man må ha trua på det man gjør, men det er lov å «feil». Gjør heller feilen på 20 liter melk fremfor 200 liter melk. Det er billigere. Man trenger ikke å bli større enn man selv ønsker å være. Hvordan være liten, men stor nok, er en kunst og helt opp til en selv.

Det å formidle det man gjør og hvorfor, kan gi gode ettervirkninger. Positiv omtale om dyrevelferd, driftsopplegg bidrar til mer salg og forståelse fra kjøperen om hva du jobber med og for. «Ysting er en livsstil, du blir stolt, men ikke rik i kroner» sa en deltager.

Mobilisering

Inspirasjonsforedrag av Knut Åland fra Aalan Gård

Knut Åland fra Aalan Gård i Lofoten startet i 70-årene. De har 200 økologiske geiter og produserer også 200 kg med tørkede urter, samt har Inn på Tunet. Gården fikk besøk fra 15000 turister i 2022, der de fikk servert lunsj og ost. De produserer ca 10 tonn med ost, det meste fra geit. De har også noe ost fra kumelk, men den er ikke økologisk da de bor for langt unna økologiske melkebruk, og må kjøpe melk fra Tine. De er 5 fulltidsansatte på gården, og ost er hovedproduktet.

Familien startet med økologisk fordi de fikk barn og de ønsket at barna skulle ha tilgang på ren mat. For Knut er økologi mye mer enn jordliv og produksjon av ren melk. Det er hele gården, og ikke mist menneskene. Han liker ordet bærekraft bedre enn økologi da han synes det er lettere å forstå. Økonomisk bærekraft er viktig for gården. Det må være ærlige priser, og man må forklare hvorfor man gjør det man gjør til kundene sine. Bedriftskundene må forstå hvorfor de tar den prisen de gjør. Knut snakker om ekte vare. At det å selge noe må handle om ærlighet for deg selv og kundene dine. Knut sier «Mine varer er gode og trygge varer». Man må ha tro på seg selv og det man er. Man må motivere den kommende generasjoner, og være stolt av det man er.

Målet til Knut er å gjøre seg uavhengig av tilskudd. Det er noe av det sikreste de kan gjøre mtp usikkerheten i verden og endringene som skjer. Det må bli mindre innkjøp og mindre forbruk for å sikre sosial bærekraft. Knut snakker om psykisk helse og HMS. Menneskene er den viktigste ressursen, økonomi kommer som en andre plass. Knut ser på helheten og sammenhengene på gården. De driver ikke gården for å drive økologisk eller ha en jobb. De driver gård fordi folka på gården skal ha det bra. «Det skal være artig å være der og bo på gården», sier han.

Man er allikevel sårbar når det dukker opp utfordringer som korona, spesielt fordi de er avhengig av turisme. Ostesalget gikk ned 70 % under pandemien, men kvota til Tine berget dem. Økosertifisering er bra å ha i bunn, men det er bare en sertifisering på det du har gjort. Det viktigste er at kundene dine vet hva de får.

Knut er stolt av det de gjør og har gjort. Foreldre legger lista mtp barn som skal ta over. Han la til rette tidlig for at barna skulle få ansvar og stolthet over å drive gården. Barna må få lov til å utvikle sine egne prosjekter, og om de bytter fra geit til ku så må det være greit. De må være lykkelig som bonde og det Knut sitt utgangspunkt.

Samarbeid med andre aktører

Ysterne i nettverket har ulike aktiviteter mtp samarbeid lokalt. Tjamsland gård er med i et nettverk som kalles Agders bakhage. De er fem gårder i Birkeland som driver med forskjellige aktiviteter. Skåre gård har kjøtt, Røyland gård har bær, Tjamsland Gård har ost, og i tillegg er Flakk Gård og Camp Flakksvann med. De markedsfører seg sammen og lager en reiserute i Agder. Det kan ligne litt på Den gylne omvei i Trøndelag. Det skal være mest mulig lokale produkter på serveringsstedene og de skal henvise til hverandre.

Rygge Meieri bruker den lokale økologiske rapsoljen RO i salatosten, og ønsker økologisk frukt som tilsetning i yoghurt.

Stavanger Ysteri har et produsentsamarbeid med fokus på salg, distribusjon og markedsføring. De tar distribusjonsleddet selv. For å beholde mer av omsetningen, har Stavanger ysteri og 9 andre virksomheter gått sammen for å starte et eget distribusjonsledd. Til dette har de fått 3 års støtte fra Innovasjon Norge, og en person er ansatt i prosjektet. Det er flere restauranter som bruker deres råvarer. Stavanger Ysteri lager også smør med habanero som er et samarbeid på tvers av produkter. Et slikt produkt skaper mye oppmerksomhet da begge ingredienser lages lokalt. Det er viktig å tenke utenfor egen

bransje for å skape innovasjon. Et annet fortrinn med samarbeid er at bedriften blir mer synlig.

Flere i gruppa trekker frem følgende: Det som har størst verdi er faktisk samarbeidet man har med hverandre.

Andre aktuelle samarbeidspartnere som nettverket trekker frem, er:

- Lokalmatnettverk, næringshager og samarbeid med skoler
- Turistnæringa/turistinformasjon/landbrukssjefer
- Restauranter
- Fagorganisasjon – Norsk Gardsost med særdeles god delingskultur
- Innovasjon Norge
- HANEN er en god samarbeidspartner og nettverksbygger

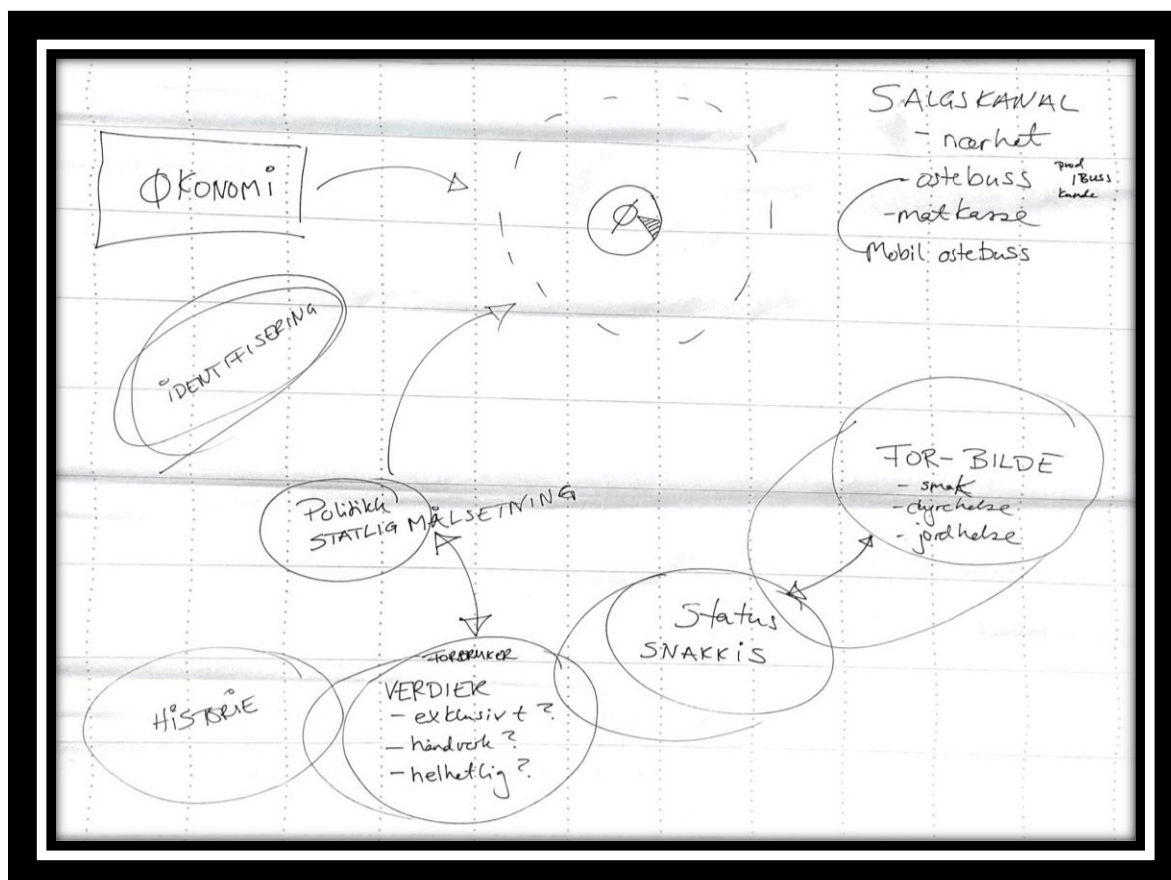
Alle er enige om at samarbeid gir verdi. Man har en sparrepartner, og man kan jobbe sammen om markedsføring og utstilling av produktene. Rørosmeieriet samarbeider for eksempel med et kraftselskap om spillvannet, hvor overskuddsvarmen fra osteproduksjonen går til fjernvarmeanlegg.

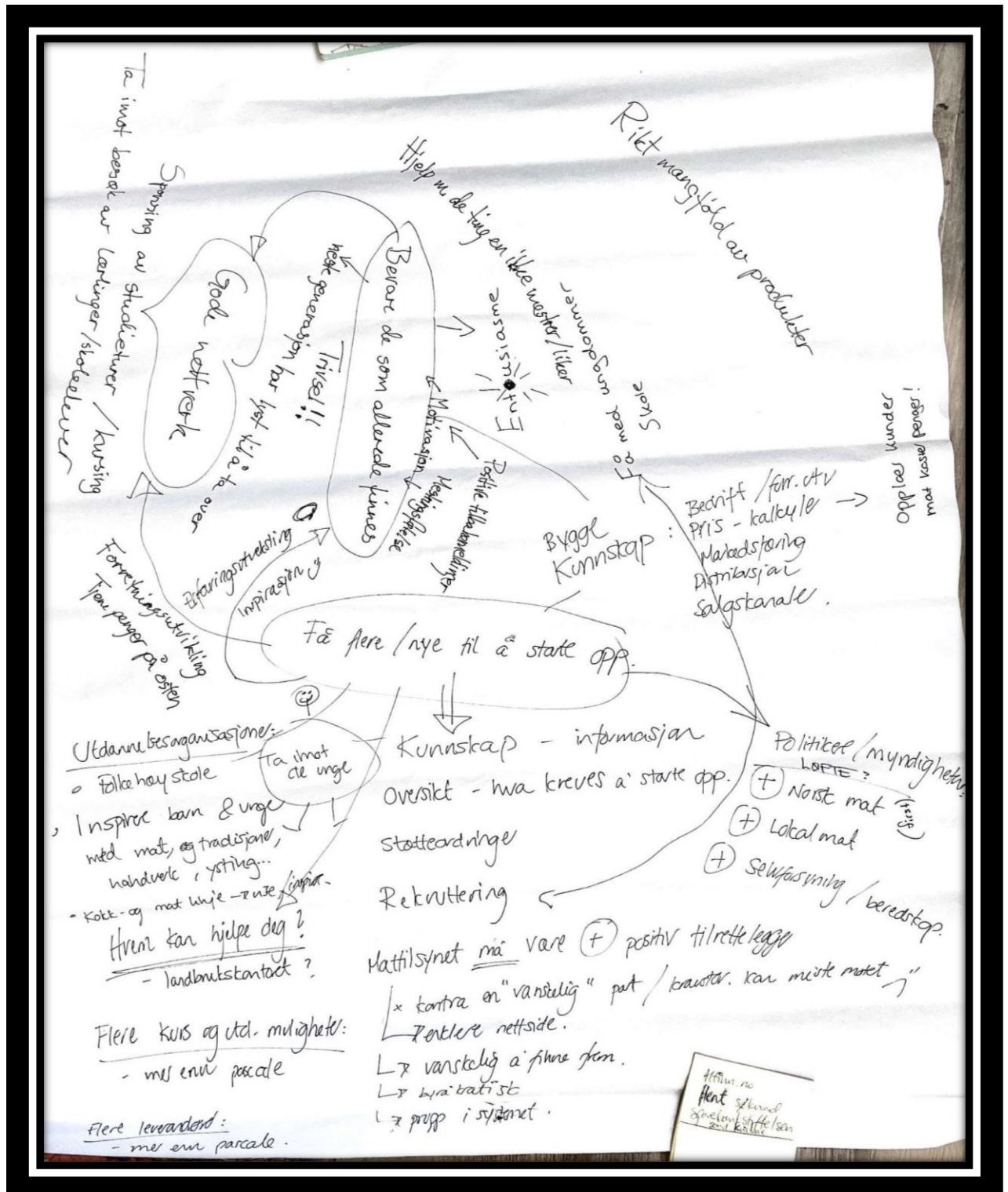
Bransjen samarbeider godt og det er enkelt å ringe hverandre innad i Norsk Gardsost for å lære av hverandre. Delingskulturen er stor, og det har ført til et stort mangfold av oster de siste 25 årene.

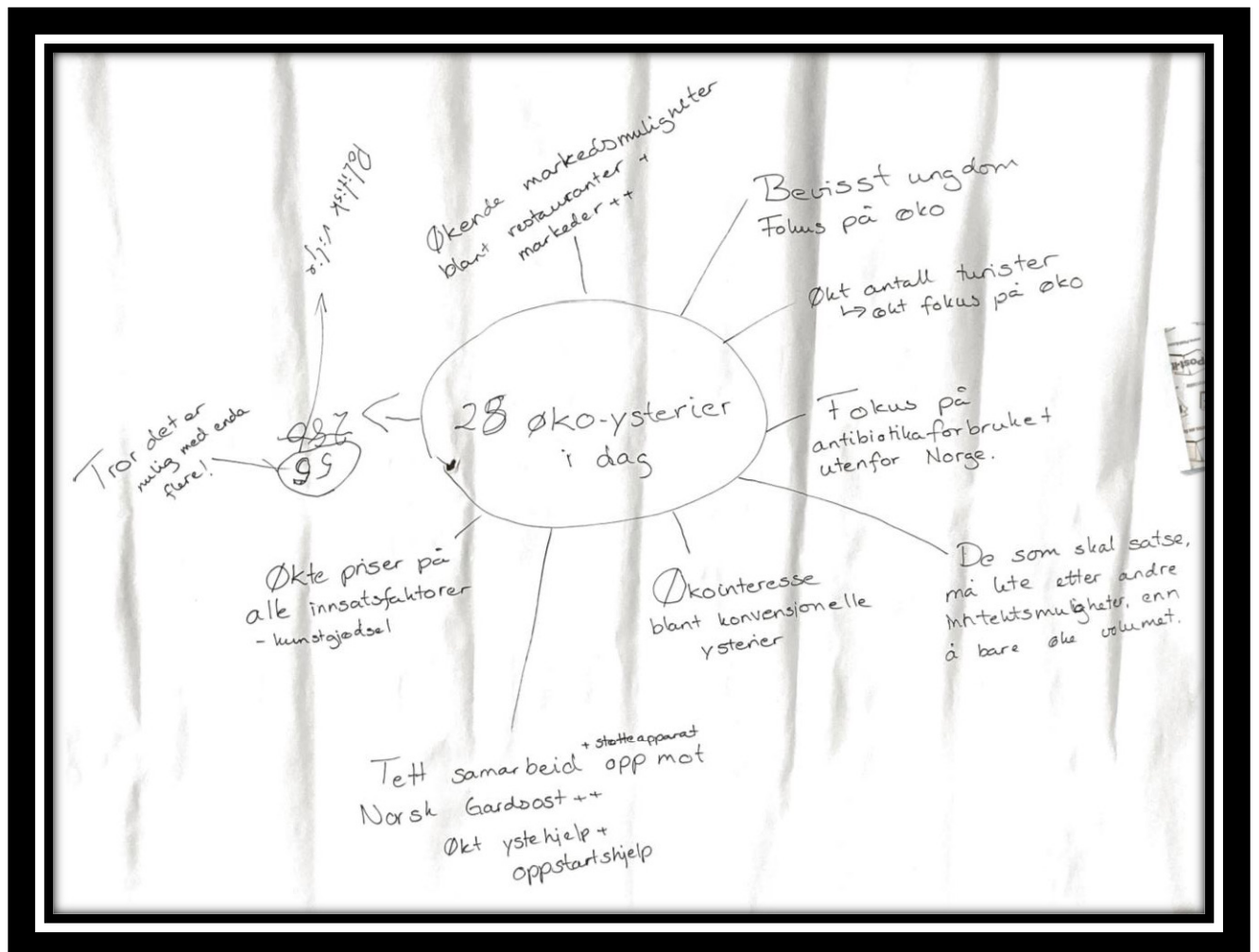
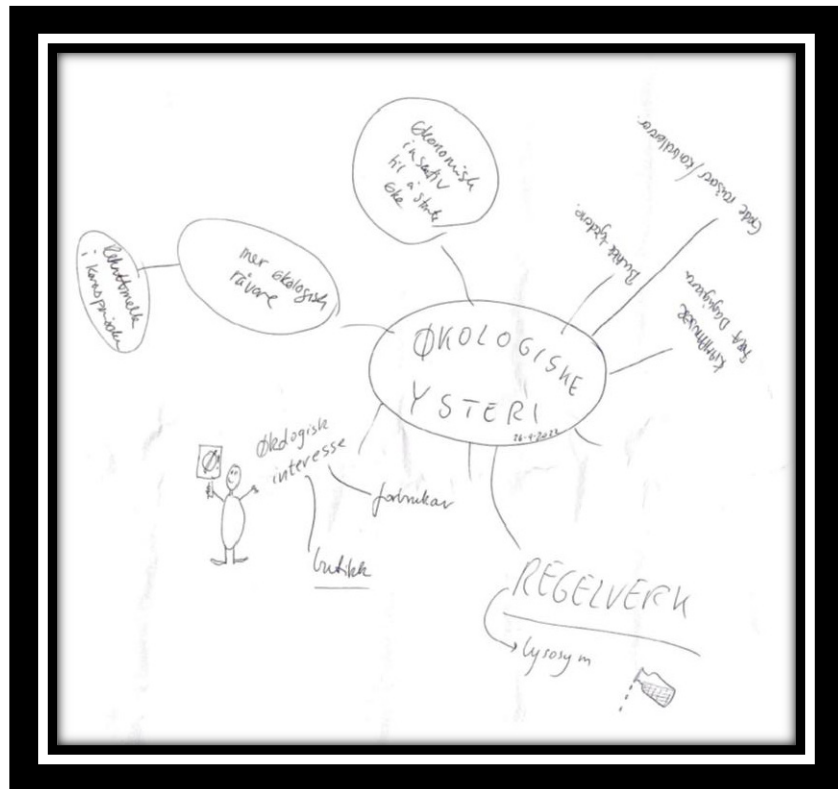
Flere ystere samarbeider med andre i lokalsamfunnet. De er med i samtaler, står på markedet, er med i grendelaget, bondelaget etc. Man får merverdi ut av dette. Ysting er så mye mer enn ost, påpekes det, og her kan man tenke mersalg sier flere. Når man har gode naboer, kan man for eksempel byttelåne fliskutter og beitepusser. Folk fremsnakker ostene dine hvis du er med i lokalsamfunnet. Stavanger ysteri har for eksempel blitt byens ysteri. Folk tar med seg hennes ost når de skal besøke noen utenfor Stavanger. De er stolte av å vise frem Stavangers matkultur.

Gruppeoppgave om fremtiden

Se for deg at om 10 år har vi dobbelt så mange økologiske ysterier som i dag og alle selger ut alle ostene sine. Hva må til for å komme dit?







Opprettholdelse

Inspirasjonsforedrag av Stein Ivar Ormsetrød, spesialutsending for matpolitikk
Stein Ivar er spesialutsending for matpolitikk – matråd - i Norges delegasjon til EU. Under nettverkssamlingen på Tjamsland Ysteri fortalte han om status for matproduksjonen i EU, «Farm to Fork» satsningen, og hvilken betydning det får for norske produsenter.

Det er 160 millioner ha jordbruksareal i EU. Norge har 1 million ha landbruksareal. 520 milliarder per år brukes til EUs landbruk. Det er ca 50 000,- per gårdsbruk, med andre ord, så det er lite tilskudd. 40 % av landbruksbudsjettet går til miljøtiltak fordi det er ønskelig med en mer bærekraftig matproduksjon i EU. Den gjennomsnittlige gårdsstørrelsen i EU er på 17 ha, mens i Norge er den på 25 ha.

*«Vi må over til en sunnere og mer bærekraftig matproduksjon»
Stein Ivar Ormsetrød*

Farm to Fork strategien er en del av The European Green Deal og beskriver hvordan vi skal jobbe for å få ned klimagassutslipp. Parlamentet i Brussel ønsker bedre dyrevelferd.

Det kommer et nytt regelverk sommeren 2023 om mindre bruk av kjemikalier. Presisjonslandbruk er en del av dette. Total sett skal det være 50 % reduksjon av kjemisk syntetisk plantevernmidler i EU. Norge ligger godt an i utgangspunktet. Det er usikkerhet om dette vil føre til redusert avling. EU kommissæren for helse og bærekraft sier: «Den russiske aggresjonen har vist oss ulempene ved å være avhengig av kunstgjødsel».

Antibiotikaresistens i husdyr og fisk skal reduseres, familielandbruk skal prioriteres og i tillegg skal økologisk landbruk og dyrevelferdstiltak gis mer støtte. Gårdsslakterier og gårdsmeierier er en satsning. Det blir artsspesifikke regler for ku som skal foreslås i EU for 2023. EU vil også redusere kunstgjødsel med 20 % gjennom at de som gjødsler mest med kunstgjødsel må redusere mest.

Stein Ivar påpeker at vi burde la oss inspirere av EUs omrigging av matsystemet, og mener det er en veldig positiv utvikling innenfor økologisk matproduksjon.

Styrker ved økologisk produksjon

Fordel med økologisk produksjon er at maten dyrkes på jordens premisser. Det tilsettes ikke kjemiske sprøytemidler, det brukes ikke GMO og det er ofte et stort mangfold av arter på gården. Man spiller mer på lag med kretsløpet i økosystemet, og får en helhetlig tilnærming til alt liv på gården. Det brukes ofte mer resiliente arter som håndterer ugress bedre, noen har gammel eng og det brukes mye utmarksbeite fordi man ønsker å bruke de ressursene som er tilgjengelig lokalt. Et godt utmarksbeite er med på å fremme et bærekraftig dyrehold. Får man bedre jordhelse får man også bedre matjord. Fordi man jobber for å styrke jordhelsen og unngå erosjon får man mindre avrenning av næringsstoffer til vassdrag. Det

fører til mindre forurensning av drikkevann. Man jobber for mer mikrobielt liv i jorda og unngår bruk av knappe ressurser.

Økolandbruket er med på å gjøre annet landbruk mer miljøvennlig, slik at alt landbruk blir mer bærekraftig. Med tanke på uroen i verden kan økologisk produksjon gjøre Norge mer tilpasset til et utfordrende marked.

Økologisk produksjon bidrar til flere arbeidsplasser fordi det kan kreve mer håndkraft å drive økologisk. Derfor kan det samtidig være mer sosialt, og skape mer liv på bygda fordi man jobber sammen. Ofte henger verdiene rundt det å ha flere sammen om arbeidet sammen med det å drive økologisk produksjon. Økologisk produksjon kan være med på å ta vare på tradisjoner og desentralisert produksjon av samme grunn. Det er også sunnere for bonden og insekter fordi man slipper å bruke sprøytemidler som kan være skadelig.

Økologisk matproduksjon er ønsket av mange forbrukere fordi kravene til dyrehelse er tydeligere og det er sterke føringer for hva som kan tilsettes. Noen deltagere påpeker også at smaken blir bedre.

*«Ved å drive økologisk tilrettelegger vi for den aktiviteten vi ønsker,
fremfor å undertrykke det vi ikke vil ha»
Deltager på økologisk nettverkssamling*

Svakheter ved økologisk produksjon

Siden det er såpass liten produksjon av økologiske produkter i Norge så er det ikke lett å få tak i økologiske livdyr til driften. Dette er avhengig av hvor man holder til i Norge. Utvalget av økologisk kraftfor er dårlig, og det er høyere kostnader. Regelverket og ekstraarbeidet for økologiske produsenter gjør at mange ikke legger om. Delvis også fordi de ser ikke merverdien i økologisk produksjon. En del av regelverket er for rigid og vi mister en del av produsentene.

NORSØK er dyktige på økologisk forskning, men det kunne vært mye mer forskning fra andre instanser også.

Mye melk blir ikke hentet og brukt som økologisk fordi det er for lang avstand mellom økologiske melkebruk. Mye blir solgt som konvensjonell melk. Nord blir for eksempel et nulløko-området nå som man ikke kan levere økologisk melk lengre til Harstad. Bøndene føler de er en byrde. Rørosmeieriet jobber aktivt i området rundt Røros for å stimulere til at bønder legger om til økologisk melkeproduksjon. Dette kunne Tine også gjort i Harstad hvis de så helhetlig på situasjonen (sosialt, økonomisk og miljømessig).

Landbruksdirektoratet har gjort en utredning rundt verdikjeden til økologisk melk. Der skriver de om flaskehalser. Meierier som skal kjøpe melk av Tine Råvare må betale 55 øre mer enn det bonden mottar for melka. Det er også kun 60 % av den økologiske melka som

selges som økologisk. Nye melkebønder får nå bare økologisk pristillegg hvis det brukes som økomelk. Flere ystere i Norsk Gardsost har kontaktet Tine for å dele ønsket om å legge om til økologisk, men får ikke økotillegget. Det har gjort at de ikke ønsker å legge om da kostnadene fort kan bli større enn ønsket. Det er lite økoaktører i samme område, og da forsvinner støttemidlene. Det er liten politisk vilje til å øke andelen økologisk produksjon i Norge.

Sosialt sett kan det være langt mellom bønder som tenker økologi i sitt virke. Det er utfordrende når man må forsvare hvorfor man driver med økologisk produksjon, både i lokalsamfunnet og i faglagene. Oftest handler det om at andre aktører ikke har samme interesse og kunnskap på området. Det er generelt liten entusiasme rundt økologisk mat og kunnskap om hvorfor vi skal produsere økologisk mat.

«Satt på spissen skal vi gå i front for en mer bærekraftig matproduksjon. Vi skal betale ekstra for å bevise at vi gjør det etter reglene og vi må forsvare ovenfor andre bønder hvorfor vi velger å drive økologisk».

Deltager på økologisk nettverkssamling

Muligheter ved økologisk produksjon

EU har en stor satsning på økologisk landbruk. Norge kan være et foregangsland og satse like høyt med gode insentiver for å drive økologisk. Dette kan kombineres med å invitere folk inn på gårdene i større grad for å bli kjent med bonden og ysteren. Kundene må tas med på reisen. Når de blir delaktige i historien om det ekte håndverket, ren mat og gode smaker, skapes ambassadører som kan føre til flere kunder. SIFO, forbruksforskningsinstituttet, trekker fram at forbrukere etterspør i stadig økende grad ren mat som viser bondens ansikt. Til dette har vi et veldig godt utgangspunkt i Norge. Vi bruker lite antibiotika, vi har nydelige beiteområder i fjellet og norsk landbruk har et godt renommé. Vi har mange mindre ysterier som kan omstille seg relativt raskt med riktig satsning fra staten. Vi har et kjempepotensial til å vise resten av Europa veien. Men vi må ta et reelt samfunnsansvar for å bistå til bærekraftig matproduksjon i verden.

Man kan bruke emballasjen som utstillingsvindu ved å fortelle om lykkelige dyr, lokalt fôr og annet. Man må også fortelle om hvordan osten skal brukes på nettsiden og sosiale medier.

Tjamsland ysteri har vært med å vise at det er mulig å drive på en annen måte. Det er mulig å gå foran og vise i praksis at økologisk ysteri funker. Tjamsland ysteri som en såpass liten gård (6 kuer) overlever økonomisk fordi de jobber med flere inntektskilder. Det er viktig å være en sirkulær økologisk gård og tenke flere mulige inntekter som ull, kjøtt, melk og annet.

Norske økologiske håndverksoster er en matkulturskatt med bakgrunn i seterdrift, håndverk og lang fartstid i norske mattradisjoner. Dette burde fremheves i mye større grad for

utenlandske aktører for eksempel på norske ambassader. Norge må tørre å snakke frem våre egne matskatter. Vi har særdeles høy kvalitet på våre norske håndverksoster som ikke blir kommunisert godt nok.

En deltager foreslo at Rørosmeieriet kunne starte en avdeling i Sør-Norge og drive «I takt med naturen» også der.

For å øke økologisk meieriproduksjon, så må man stimulere Tine til å fremme økologi ved at økotillegget må gis fra staten, ikke fra Tine.

*«Alt taler i en retning av økologisk småskala gårds og håndverksost
kommer til å eskalere enda mer enn det allerede har gjort»
Deltager på økologisk nettverkssamling*

Trusler ved økologisk produksjon

Europa kommer potensielt til å utvikle og selge en stor mengde økomat hvis Farm to Fork strategien når målene sine med 25 prosent økologisk produksjon. Hvis det skjer før vi selv får økt mengden økologisk produksjon, kan norske økoprodukter bli vanskelig å få inn i markedet. I Norge i dag har vi ostetoll, men denne kan endre seg avhengig av politikken Norge fører i fremtiden. Dette gjelder også økologisk melk.

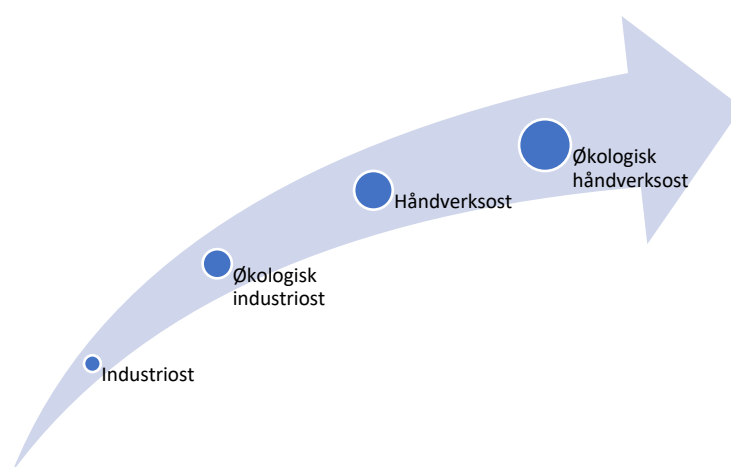
Forbrukere er avhengig av at dagligvaren ønsker og fremmer økologiske produkter. I dag er det lite oppmerksomhet rundt økologi i butikk, med unntak av noen få merker. Ansatte er generelt ikke opplært i økologisk mat. Det har blitt et stort marked for ultraprosesserte planteprodukter (erstatninger for ost og melk) som markedsføres som mer bærekraftig, selv om ingrediensene har reist langt og det er tilsatt konserveringsmidler og tilsetningsstoffer for å øke holdbarheten. Kua får mye av skylda for klimautslipp. Men bevisstheten rundt produkter med mye tilsetningsstoffer møtes ikke med samme skepsis. Her må det gjøres opplysningsarbeid for å sikre at norske produkter blir snakket frem. Dette er viktig med tanke på matsikkerhet og matberedskap, opprettholdelse av arbeidsplasser, levende bygder, biologisk mangfold og kulturlandskapspleie gjennom beiting.

*«Bærekraft brukes mye som uttrykk – kanskje mister det noe av innholdet
med mindre vi fyller det med det vi ønsker»
Deltager på økologisk nettverkssamling*

Matvarekjedene har startet å lage ost med egen merkevare, og setter prisen lavere enn andre merkevarer. Det fører til at mange kunder velger de billigste varene, noe som på sikt skaper lite mangfold og lite fokus på konsekvensene. Det er også en stor utfordring at matvarekjedene har så stor makt og i praksis kontrollerer store deler av verdikjeden.

Avsluttende refleksjoner og videre anbefalinger

Økologiske ystere opplever at det krever mye av de for å opprettholde sin økologiske produksjon, spesielt om de markedsfører sitt produkt som økologisk. Forbrukeren i Norge er fremdeles skeptisk til økologisk sertifisering, og nettverket mener det kan være pga mangel på kompetanse om hva økologisk sertifisering faktisk innebærer. Nettverket mener at verdien som ligger i en håndverksost er større enn verdien i en økologisk ost, fordi man ved å kjøpe en håndverksost får med verdier som ivaretagelse av norsk ressurser, lokal verdiskapning, levende tradisjoner og utvikling av kulturarv, unike smaksopplevelser fra unike gårder samt mer. Det ligger mange verdier knyttet til håndverket som ikke er en del av økologisk sertifisering. Dog er gruppa enige i at økologisk håndverksost har flest verdier knyttet til osteproduksjonen. Se figur under for visualisering av økt verdiskapning basert på nettverkets diskusjoner.



Økologiske ystere og andre håndverkssystemer, har stor arbeidslyst, og har verdier som gagnar et bærekraftig norsk landbruk i tråd med Matnasjonen Norge. Disse kan trekkes frem nettopp for å nå strategien, dog må man også vise at man ønsker disse verdiene, for eksempel gjennom jordbruksoppgjøret.

Nettverket har koblet sammen økologiske ystere som har utvekslet erfaringer og kunnskap. Alle er enige i at Norge må ha et politisk prosentmål innenfor økologisk produksjon for å stimulere til økt økologisk matproduksjon. Stimuleringsmidler vil tydeliggjøre hvordan satsningen skal være på norskprodusert økologisk mat. Det må også legges statistikk til grunn for å synliggjøre endringene i markedet. For eksempel må det samles inn statistikk som viser hvor mye økologisk mat som importeres versus produseres i Norge.

Det finnes ystere som ønsker å legge om til økologisk, men som ligger utenfor Tines område for henting av økologisk melk. For at ystere som ønsker å legge om til økologisk, ikke skal bli stanset av Tine, kan forvaltninga betale bøndene øko-tillegget. Tine burde også oppmuntres til å ikke legge ned rurale meierier, da det fører til lang transport for økologisk melk.

Det finnes flere håndverksoster i dag som lages på økologisk melk, men som ikke selges som økologisk fordi ysteriet bruker lysozym. Dette gjør de for å hindre vekst av smørsyrebakterier

i faste oster. For å stimulere til flere økologiske faste oster må det bli mulig å søke dispensasjon for å bruke lysozym i økologiske fastoster i Norge.

Det er også behov for flere rådgivere som har kompetanse på både økologisk produksjon samt videreforedling av melk. I dag erfares det at det finnes gode rådgivere på økologisk produksjon og gode rådgivere på melkeforedling, men få rådgivere, utover Ragnhild Nordbø som er fagrådgiver i Norsk Gardsost, som er god på begge deler. Det er behov for flere rådgivere som er gode både på økologisk sertifisering og videreforedling av melk.

Nettverket er enige om at det ikke er et behov for å opprettholde et eget nettverk for økologiske håndverksystemer, men er takknemlige for å ha kunne møttes ved hjelp av Landbruksdirektoratets- og Innovasjon Norges støtte. Håndverkssystemene i Norsk Gardsost har en god delingskultur som skjer uavhengig om man er økologisk eller ikke. Ysterne foretrekker å dele i nettverket for alle norske håndverkssystemer.

Økologisk håndverksost har et stort potensiale, og med økt fokus fra EU håper deltagerne i nettverket på at Norge også kommer etter med tydelige mål, insentiver og framsnakking av produksjon av norsk økologisk håndverksost.

Tusen takk!

- Takk til våre eminente ystere for tiden de har brukt på disse samlingene.
- Takk til dere som har tatt imot oss til de økologiske ysteriene/meieriene deres: Rygge Meieri, Tjamsland Ysteri, Rørosmeieriet og Eggen Gardsysteri.
- Takk til Lise Brunborg // Stavanger ysteri, Knut Åland //Aalan Gård og Stein Ivar Ormsetrød // Spesialutsending for matpolitikk, som holdt inspirasjonsforedrag.
- Takk til Juliane Josephsen for hjelp til å skape innhold og fasilitering på nettverkssamlingen på Tjamsland gård og ysteri.
- Takk til støtten fra Landbruksdirektoratet og Innovasjon Norge for å kunne gjennomføre Økologisk nettverkssamling!

Ørje, 01.06.23

