

Matnyttig

Et magasin fra NorgesGruppen 2020

**FRA
MATSVINN TIL
MATGLEDE**

Tips og oppskrifter fra
Christer Rødseth

Klimabonden

Johan Bjørneby (51) tenker nytt og satser
på grønnere matproduksjon

KORONA

Slik handler du trygt
i butikken

FORSKER PÅ SUNNE HANDLEVANER

Vareplassering har stor betydning
for sunne handlevalg

OSTEEVENTYRET

Norsk ost har blitt en
internasjonal suksess



NorgesGruppen

Innhold



Leder

RUNAR HOLLEVIK
Konsernsjef

NorgesGruppen har butikker over hele landet, og er til stede der folk bor. Hver dag jobber våre medarbeidere og våre kjeder med å tilby det forbrukerne forventer av oss.

2020 er annerledesåret, der både våre kunder og medarbeidere har måttet tilpasse seg en endret hverdag. Vi ser at dagligvarebransjen har en samfunns-kritisk funksjon. Som en del av matbransjen har vi et ansvar for å ha smittevern som høyeste prioritet for kunder i butikk og medarbeidere i alle virksomheter. Vi takker alle medarbeidere som har stått på og takker våre kunder for å ha vist tillit og tatt hensyn.

Vi fortsetter også det langsiktige arbeidet med å redusere vårt klimaavtrykk i hele vår verdikjede. Vi utvikler alternative transportløsninger og digitaliserer i distriktene; vi bistår landbruket i å nå bærekraftige mål, og vi jobber aktivt for å redusere matsvinn. Dette er matnyttige temaer som du kan lese mer om i dette magasinet.

NorgesGruppen tilpasser seg løpende den nye hverdagen, slik at vi fortsatt kan gjøre morgendagens handel tryggere, billigere og bedre, inspirere til gode matopplevelser og bidra til grønne og sunne valg.

God lesning!

P.S. Gi oss gjerne tilbakemeldinger på innholdet!
Send e-post til kine.soyland@norgesgruppen.no

- 04 Rester er gull verdt!
- 09 Den største prøven
- 10 Satser grønt for rødt kjøtt
- 12 Jakten på grønne muligheter
- 14 Stø kurs for kostrådene
- 16 Løfter lokalsamfunn digitalt
- 18 På vei mot klimanøytral
- 21 Dagligvarebutikken som forskningsarena
- 25 Daglige vaner i endring
- 26 Det norske osteprentyret
- 29 Når alarmen går!
- 32 «Vi må ikke tro vi er dårligere enn andre»
- 35 Ti på tampen

Et magasin fra NorgesGruppen

Matnyttig 2020

Matnyttig er utgitt av NorgesGruppen ASA, Karenslyst allé 12-14, Postboks 300 Skøyen, 0213 Oslo

Ansvarlig utgiver

NorgesGruppen

Bilagsansvarlig

Kine Søyland

kine.soyland@norgesgruppen.no

Innholdsansvarlig

Konserndirektør, kommunikasjon og samfunnskontakt Stein Rømmerud

Tekst, innhold og redigering:

Anna Karolin Langhammer, Einar B. Strømstad, Hilde Bringsli, Børge Skråmestø, Christopher Hjort, Aina Marie Lien, Ingrid S. Gundersen, Kine Søyland

Foto og illustrasjoner

Hans Fredrik Asbjørnsen (1, 3, 4, 10, 15, 25, 26, 27, 32, 34); Gry Traaen (2, 24); Øivind Hovland (3, 21); Arnfinn Mauren (3, 28) Caroline Roka (22, 30-31); Jørgen Nordby (17, 18-19); Christer Rødseth/VG (5); Line Dammen (3, 6-8, 36); NorgesGruppen (9); iStockPhoto/Gettyimages (9, 12); Geno (12); Frisa Isadåra Årseth/Geno (12); Joe Urrutia/Nofima (12); Norsk Klimastiftelse (13); Norges Bondelag (13); Helsedirektoratet (14); ASKO (20); Svenss Transport (20); KIWI (25); Thanusan Hovind (34); NTB/Scanpix (35)

Prosjektledelse, rådgivning og design / Itera

Trykk / Ruter

Opplag / 331.600

Det tas forbehold om trykkfeil.

NorgesGruppen på 1-2-3

NorgesGruppen er landets største handelshus. Selskapets kjernevirksomhet er detalj- og engrosvirksomhet innenfor daglige forbruksvarer. NorgesGruppen har ca 1800 dagligvarebutikker og over 900 utsalgssteder innen servicehandel og nærmere 41 000 medarbeidere tilknyttet virksomheten. Engrosvirksomheten er organisert i 13 ASKO-selskaper spredt over hele landet.

KIWI, MENY, Jacob's, SPAR, EURO-SPAR, Joker og Nærbutikken er alle kjeder tilknyttet NorgesGruppen.

→ norgesgruppen.no

→ [facebook.com/norgesgruppen](https://www.facebook.com/norgesgruppen)

[norgesgruppen](https://www.facebook.com/norgesgruppen)



10-15

Kjøtt og klima - men hva med helsen?

Rødt kjøtt er under press. Men det satses også nytt gjennom grønnere landbruk, og myndighetenes kostråd holder stand.

26

Det norske osteprentyret

Norsk ost har blitt en internasjonal suksess.



FOR 20 ÅR SIDEN...

Handelshuset NorgesGruppen fyller 20 år i år, selv om selskapets røtter strekker seg helt tilbake til 1866.

Under vignetten **For 20 år siden ...** setter vi vår nære historie i perspektiv.



Dagligvarebutikken som forskningsarena

21

Visste du**at...****Det ble kastet 390 000 tonn mat i Norge i 2018.**

Tallene framkommer av rapporten «Matsvinn i Norge. Rapportering av nøkkeltall 2015-2018» som utarbeides av Matvett og NORSUS med siste tilgjengelige tall. Forbrukere i husholdninger står for over halvparten av det kartlagte matsvinnet (58 %), etterfulgt av matindustrien (20 %) og dagligvarehandelen (16 %). De resterende seks prosentene fordeler seg på hotell, kantiner, kiosker, bensinstasjoner og distribusjonsleddet.

Vil du vite mer? → matvett.no



Rester er gull verdt!

- Det beste er om vi ikke lager mer mat enn vi trenger, sier Christer Rødseth, kjøkkensjef og TV-personlighet.

Fra matsvinn til matglede

Christer Rødseth er en mann med sans for god smak og bærekraftige valg. Kjøkkensjefen på restaurantene Code og Vaaghals i Oslo er opptatt av at mat skal smake godt, og at vi ikke må sløse unødig med ressursene.

- Det som er viktig for meg, er hvordan vi i hverdagen kan gjøre det enklere å ikke kaste mat. Og det aller enkleste er å ikke lage mer mat enn vi trenger, sier han.

For Rødseth har det alltid vært en motivasjon å spare, og at det skal være så lite matsvinn som mulig.

- Og da jeg virkelig ble klar over det enorme klimaavtrykket som matsvinn medfører, ble jeg sjokkert, sier han.

Han var miljøengasjert fra før, men som programleder i NRKs «Matsjokket» fikk han for alvor innsikt i hvor mye matkasting som pågår i de tusen hjem.

- Det var en skikkelig vekker. Jeg mener; vi kaster 100 millioner brød i året. Det er helt sykt. Jeg er engasjert, og etter det program-



Christer Rødseth (30) har deltatt i Farmen på TV2, vært programleder for Matsjokket på NRK, kaptein på kokkelandslaget og er kjøkkensjef på de to Bjørvika-restaurantene Code og Vaaghals. Christer fronter også KIWI i reklamekampanjer.

met trodde jo folk at jeg ikke spiser annet enn restemat. Men jeg er ingen aktivist, liksom. Jeg er ingen pekefingerstype som sier «fy, fy, fy», sier han, og legger til at det heller handler om å ta smarte, bærekraftige valg. Det gjelder å være lur med det du skal spise, og ikke tenke på alt du skal la være å kaste.

- Jeg er flink til å planlegge akkurat det jeg skal spise, og ikke mer, sier han.

Fra 'knirk' til 'crunch'

Mat skal være noe vi koser oss med, og det er viktig at vi tenker at mat er bra, mener Rødseth. Også restematen. Sin egen middag forbereder han for to dager av gangen, og han legger i de siste ingrediensene som fisk og kjøtt rett før det skal serveres.

- Mitt største mantra er at folk må slutte å oversteke fisk. Det er en ganske skjør råvare. Jeg får frysninger av overkokt torsk og knirkelaks (når laksen er så godt stekt at den «knirker» når du spiser den, red.anm.) toppet med grovkornet pepper, sier han.

Svaret på hvordan du unngår knirkelaks, utover å være påpasselig med varmebehandlingen, er at du romtempererer fisken før tilberedning, tipser han. Og lager du en gryterett eller suppe skal fisken og noen av ingrediensene vente helt til slutt, slik at smak og struktur ivaretas.

- Lag basen først, med kraft, og legg i den mengden fisk du vet du skal spise, ikke mer. >

– Jeg har som mål å bidra til at vi unge ikke glemmer mattradisjonene våre, og gjøre det på en måte som vi unge gidder.

Christer Rødseth / Kjøkkensjef

Ikke noe oppkok. Hold også igjen på selleristang og vårløk helt til slutt; det gir «crunch». Sitronsaft vil også gi deg en helt annen opplevelse om du har den i fersk samme dag som du spiser retten, sier han.

Og fiskerester, det trenger du egentlig aldri å få om du tilbereder middagen rett. Det å spise godt blir miljøvennlig når mengden er akkurat passe, hver gang.

– Det er mye bedre at du lærer deg til å lage nettopp det du trenger, og ikke mer enn det. Det er så enkelt som at du kun steker fisken du vet du skal spise i dag. I morgen kan du steke ny fisk, sier han.

Spis hele dyret

Som kjøkkensjef brenner Rødseth også for at vi skal bli flinkere til å spise andre deler av dyret enn dem vi vanligvis går for.

– Jeg mener at vi skal bruke hele dyret. Det er veldig få mennesker som kjøper hele dyr og lager mat av hjemme, men vi må utvide horisonten utover indre- og ytrefilet og se hva som finnes. Ta for eksempel oksehale. Det var helt vanlig før, men i 2020 har folk slutta med det for vi har ikke tid til å stå på kjøkkenet, sier han.

Det å iblant bruke litt mer tid på ingrediensene, og på kjøkkenet, kan åpne opp for helt nye opplevelser.

– Det som er mer smakfullt trenger mer tid. Som det å koke en boeuf bourguignon. Det er sykt digg, og det er så enkelt. Det er bare å sette på kok, sier han.

Bærekraft og bestemødre

I en tid der alt helst går kjempfort, er det å ta seg god tid til å lage mat ikke typisk for hans generasjon, medgir han.

– Jeg har som mål å bidra til at vi unge ikke glemmer mattradisjonene våre, og gjøre det på en måte som vi unge gidder. Vi må fortsette å lage lefser og sveler, og ta oss god tid til å lage god mat, sier han, og legger til:

– Jeg er vokst opp i Toro-generasjonen, og er livredd for at mattradisjonene forsvinner med våre besteforeldre. Bestemødre kan bærekraft, de skraper mugg av alt mulig, ler han, og minnes sin egen bestemor. Hun lot ikke en eneste rømmeboks gå unødig i søpla. Hun var også den som lærte ham å bruke olje for å forlenge produkters levetid. Hun la et forseglende lag soyaoilje på toppen av boksen, slik at nugattien holdt seg til neste gang barnebarna kom på besøk. Dette trikset har han hatt mye nytte av, og det samme kan du.

– Har du grønnsaksrester, kok og mos dem. Legg det på glass og hell på olivenolje, slik at det hindrer oksygenopptaket. Da har du et kjempegodt pålegg som står seg en stund og som er veldig godt på ristet brød, tipser han. ●



Dette kaster vi mest av!

På hjemmefronten er det middagen og grønnsakene som topper listen over mat som går tapt, viser forbrukerstatistikken i rapporten «Matsvinn i Norge. Rapportering av nøkkeltall 2015–2018». Her er topp 10-listen over maten vi kaster:

- 1 Gryterester fra kjøleskap (44 %)
- 2 Friske grønnsaker (40 %)
- 3 Frisk frukt (32 %)
- 4 Gryterester rett fra matlaging (31 %)
- 5 Ferske bakervarer (28 %)
- 6 Ferskt kjøttpålegg (18 %)
- 7 Melk/fløte (18 %)
- 8 Yoghurt/rømme (16 %)
- 9 Ost (14 %)
- 10 Ferskt kjøtt (12 %)

Er restene spiselige?

Tips!

Se, lukt og smak deg fram til om restene fortsatt kan spises. Men vær litt ekstra varsom med pasta og ris. I utgangspunktet klarer de seg et par dager i kjøleskapet, men blir de stående i romtemperatur kan det føre til bakterievekst og giftstoffer som gir oppkast og diaré. Sett alltid restene i kjøleskapet når de er romtemperert, så er du trygg.

Kilde: Matvett.no

Pasta med revet kylling, brokkoli og fløte

(1 porsjon)

200 g kokt pasta
150 g revet kylling
1/4 brokkoli
1 dl kremfløte
1 fedd hvitløk
Eventuelt litt løk, hvis du har
Fryste urter
Litt ost
Sitronsaft
Flaksalt
Olje

Slik gjør du

- Finhakk hvitløk og løk og fres det i litt olje.
- Ha i fløte og kok opp, deretter tilsetter du kokt pasta og revet kylling.
- Smak til med salt, sitronsaft og eventuelt fryste urter.
- Riv over litt ost.

Chutney og syltetøy

Slik gjør du

- Velg den frukten du ønsker.
- Ta utgangspunkt i 100 g sukker per 500 g frukt, og prøv deg litt fram.
- Kok opp sukkeret med litt vann og kok til det blir lys karamell.
- Ha i kuttet frukt og bland sammen.
- La det hele koke godt i 1–2 minutter under lokk.
- Smak gjerne til med krydder som kanel, anis og vanilje.
- Oppbevares på syltetøyglass i kjøleskap eller fryses ned i beger.

Fra matsvinn til matglede

Tips!

Friske urter blir ofte glemt på benken. Hiv dem i en pose og frys dem. De er helt supre i f.eks. dressinger og gryter, selv etter frysing. >



10

MATTIPS

Christers bærekraftige tips



Frys ned vinskvetter

6 Bruk vinrester til å lage fantastiske sauser. Gi vinen et oppkok og sett den i kjøleskapet eller frys den ned i isterningsposer, så har du til neste festmåltid.

CONFITER kyllinglår

Slik gjør du:

- Salt kyllinglåret lett i 10 minutter og skyllderetter av saltet.
- Legg kyllinglåret i en kjele med to knuste hvitløksfedd og litt timian.
- Dekk låret med nøytral olje og la det trekke på ca. 85–90 grader i 2–3 timer.
- Når kyllingen slipper benet, tar du den ut, avkjøler og plukker av kjøttet.

Tips!

- 1** Rester av confitert kyllinglår er perfekt i salater, pastaretter etc.



Brune bananer til så mangt

2 Frys ned bananer som begynner å bli brune – eller friske, gule bananer hvis du skal reise bort. Frosne bananer passer utmerket i smoothies, vafler, pannekaker og kakerøre og fungerer utmerket som søtningmiddel.

Lure kjøkkentips

7 BRØD: For å unngå brødsvinn, skjær opp brødet i butikken, frys det ned og ta bare ut det du trenger til hvert måltid. Frosne brødsiver tiner i løpet av noen minutter på kjøkkenbenken eller etter en kjapp tur i brødristeren. Har du brød igjen, kan du lage deilige krutonger. Husk også at tørt brød kan bli til nydelige arme riddere.

8 PASTA OG POTETER: Bruk kokt pasta eller kokte poteter fra tidligere middager til nye måltider. Poteter kan stekes eller roastes i ovnen med litt krydder og hvitløk. Kokt pasta kan bli til en ny middag på 1–2–3.

9 MELK: Husk at melk og andre meieriprodukter holder seg lenge etter siste holdbarhetsdag, gitt at det er kaldt nok i kjøleskapet og at produktene ligger helt innerst, gjerne øverst i skapet.

10 GRØNNSAKER: Legg slappe grønnsaker i isvann, så får de nytt liv.



Tenk større

3 Kjøp kjøtt i større kvanta og kok det. Kokt kjøtt er en viktig ingrediens i flere gode retter, og kraften du får av kokingen blir til en nydelig sju eller saus hvis du tilsetter litt brunet løk, hvitløk og timian. Du kan også fryse ned saus og kraft i isterningsposer eller bokser.

Slitne grønnsaker

4 Forvell slitne grønnsaker og frys dem ned. Det tar bare 2–3 minutter. Hvis du vet du skal være mye på farten, kan du også forvelle og fryse ned grønnsaker som fortsett er fine.

Hold orden

5 Sørg for å ikke ha for mye i kjøleskapet og ha et godt system. Samle varer som er åpnet i én hylle slik at disse blir brukt først. Eventuelle rester kan oppbevares i bokser og glass, gjerne gjenbruk, som kan stables.

Den største prøven



«I dag kommer den norske regjeringen med de sterkeste og mest inngripende tiltakene vi har hatt i Norge i fredstid», sa statsminister Erna Solberg. I samme øyeblikk sto dermed matvarebransjen overfor sin største prøve i moderne tid.



INNBLIKK

Av Stein Rømmerud

Konserndirektør for kommunikasjon og samfunnskontakt, NorgesGruppen

Den 12. mars i år ble en merkedag. Grensehandelen stengte, restauranter og kafeer måtte lukke, og kundene strømmet til dagligvarebutikkene. Ikke bare skulle butikkene være åpne for å håndtere engstelige kunder, men de måtte være åpne uten at smittespredningen skulle øke og uten tomme butikkhyller. Forbrukerne var naturlig nok bekymret. Vil det være nok varer? Vil smitten føre til lukkede butikker?

Medietrykket var stort og enkelte varer forsvant raskt. En massiv dugnad «fra jord til bord» måtte til. Leverandørene måtte øke produksjon og import av kritiske varer, distribusjonen måtte tilpasses og smitteverntiltak ble iverksatt på rekordtid. I løpet av få dager var butikkene utstyrt med informasjon, håndrensesstasjoner, pleksiglass i kassa og én-meters-merking. I skrivende stund kan vi konstatere at landets matforsyning har bestått prøven. Butikkene har opplevd få utsolgt situasjoner og kundene har stort sett fått de varene de ønsker. Pandemien er ennå ikke over, men det er anledning til å trekke lærdommer av det som har skjedd siden mars.

For det første: Hatten av til leverandørene som på imponerende vis klarte å tilpasse import og produksjon til den økte etterspørselen. Det har vært overraskende få utsolgt situasjoner i denne krevende perioden. Dette viser at

leverandørleddet er sterkt, serviceinnstilt, kundeorientert og tilpasningsdyktig.

For det andre har forsyningskjeden fungert meget godt. Tilsynelatende har de tre nasjonale grossistene klart dette uten at butikker og kunder har blitt påvirket negativt. Alle landets grossistansatte fortjener skryt og et pandemi-sikkert klapp på skuldra.

For det tredje har butikkene, uansett om de ansatte er kledd i rødt, grønt eller blått, stått i krisen med et smil, stolthet og hevet hode. Kundene har opplevd at smitteverntiltak skaper trygge handleopplevelser. Realiteten akkurat nå er at sykefraværet i butikkleddet ser ut til å være lavere enn før mars. Dagligvarebransjen har vist at den er samfunns-kritisk. Og at den er sterk nok til å tåle en nasjonal krise.

Sist, men ikke minst, må vi takke alle kundene i norske dagligvarebutikker. De fleste har tatt endringene med et smil. Har det vært utsolgt i perioder for enkelte varer har kundene vært tålmodige og kommet tilbake senere. Hygiene-tiltakene har blitt tatt godt i mot. Og de aller fleste har lyttet til rådet om å ikke kjøpe mer enn de trenger, for hvis alle handler normalt vil det også være mer enn nok varer til alle. La oss alle gjøre det vi kan for at det fortsetter slik. ●

Klimavennlig dyrkingspraksis

- Karbon Agro - Conservation Agriculture - er et driftssystem der jordhelse prioriteres.

Dyrkingspraksisen er tredelt:

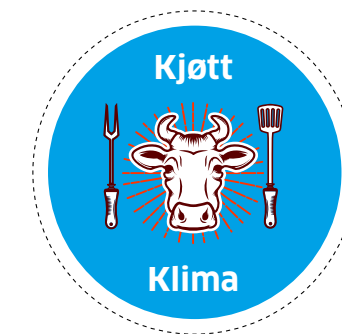
- Minimal eller redusert jordarbeiding
- Kontinuerlig plantedekke
- Variert vekstskifte

Karbon Agro regnes som en innovativ, klimavennlig dyrkingspraksis hvor samspill mellom produksjon og biologiske jordforhold vektlegges.



Dyster Gård er en av seks urgårder i det som i dag er Ås kommune, og er mer enn 4000 år gammel. Gården har vært i familien Bjørnebys eie siden 1899 og Johan er femte generasjon.

Satser grønt for rødt kjøtt



Produksjon av rødt kjøtt er under press. Kjøttproduksjon - og landbruk generelt - regnes som en klimaversting, og globalt mobiliseres det bredt for at forbruket av rødt kjøtt reduseres kraftig, eller aller helst kuttes helt ut. Men på Dyster gård tenkes det nytt gjennom satsing på grønnere landbruk.

Morgendisen er i ferd med å lette. Sola visker effektivt vekk natt-doggen, og kyr og kalver beiter makelig på den store gressletta.

Tove og Johan Bjørneby smiler og nyter synet av de flotte dyrene. - Det er godt å se at dyra trives, vårt mål er at de har det best mulig før de ender på bordet, sier ekteparet.

Tove (52) og Johan (51) driver Dyster gård i Ås utenfor Oslo, hvor en primærgeskjeft er kjøttproduksjon. 130 storfe og 50 griser er spredt over et stort område der de får leve fritt. Gården er på 500 mål jord og 500 mål skog, men i tillegg leier ekteparet jord og beitemark slik at de totalt driver 1800 dekar.

Ikke mer, men bedre

- Jeg er ingen klimaekspert, men vi mener at vi kan bidra til en mer bærekraftig kjøttproduksjon. Det er viktig å se hele produksjonssyklusen under ett, hvor vi skaper en bedre balanse i hvordan vi produserer og konsumerer kjøtt. Vårt mål er ikke at folk skal spise mer rødt kjøtt, men vi vil at forbrukeren skal spise bedre og sunnere kjøtt som er produsert med mål om et best mulig liv for dyra.

Hvordan klarer Dyster gård å få til en mer bærekraftig produksjon av rødt kjøtt?

Johan trekker fram flere viktige tiltak som

handler om å sette landbrukets innsatsfaktorer inn i en helhet: - Vi fører blant annet med utsortert kålrot fra lokale produsenter og mask, som er et restprodukt fra lokal ølbrygging. Dette gir verdifull utnyttelse av ressurser som ellers bare ville blitt vraket. Distribusjonen av kjøttet er kortreist, og ikke minst viktig: vi dyrker gress og produserer kraftfôret selv i tråd med prinsippene for Karbon Agro. (Se ramme på motstående side.)

På naturens premisser

- Karbon Agro er å jobbe med naturen i stedet for å «slåss» mot den. Vi etterligner faktisk naturen, og dette handler om å følge tre prinsipper; minimal jordbearbeiding, kontinuerlig plantedekke og variert vekstskifte. Vi pløyer ikke jorda, jordoverflaten er alltid dekket med vekster. For å frigjøre næringsstoffer og mineraler i jorda, trenger mikrolivet i jorda næring som de får fra vekstene som bevarer på overflaten av jorda. Ved at jorda ikke pløyes og det dyrkes fangvekster blir næring tilført naturlig gjennom fotosyntese ni måneder i året, og ikke bare tre måneder som ved konvensjonell jordbearbeiding. Dette binder også CO₂ i større grad. I tillegg gjødsler vi med møkk fra drøvtyggere, som er en stabil masse der nedbrytingen går saktere - og som også er med på å binde karbondioksid. Et stort pluss ved Karbon Agro er også at det i produksjonen

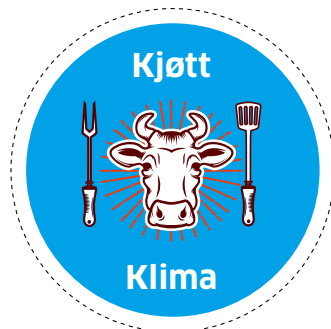
Klimakur 2030

- Klimakur 2030 er en analyse utført av flere statlige etater.
- Analysen utreder hvilke tiltak som kan halvere Norges ikke-kvotepliktige utslipp innen 2030.
- I rapporten vurderes også mulige politiske virkemidler for å få på plass tiltakene.
- Landbruket står for 8,4 % av Norges årlige klimagassutslipp.

Landbrukets egen plan

En samlet landbruksnæring står bak «Landbrukets klimaplan 2021-2030». Innsatsen har åtte satsingsområder:

- Klimakalkulator og økt innsats på klimarådgivning
- Mer klimavennlig og bærekraftig fôring, avl og friskere husdyr
- Fossilfri maskinpark
- Fossilfri oppvarming
- Bedre bruk av gjødselen og god agronomi
- Bruk av husdyrgjødsel som råstoff i industrielle biogassanlegg
- Jorda som karbonlager
- Ny klimateknologi



brukes mye mindre diesel og kunstgjødning, dette er bærekraftgevinst, forteller Tove og Johan engasjert.

Hvor er sammenhengen mellom Karbon Agro og rødt kjøtt?

– Gjennom Karbon Agro-prinsippet får vi et mer mangfoldig beite. Våre kyr beiter fritt på enger hvor det er en bred sammensetning av forskjellige arter og urter. Dette gir et meget godt næringsinnhold, som blant annet reduserer bruken av mineraler ved fôring – totalt sett betyr det bedre og sunnere kjøtt.

Dyster gård produserer også alt kraftfôret selv, mer kortreist blir det ikke – og Johan forteller at det heller ikke brukes langreist soya til fôr. – Og gjødselen produserer dyra på gården, understreker han.

Dyster gård selger produktene direkte fra gården, hvor kundene bestiller på forhånd. En del av produksjonen selges også gjennom MENY-butikken på Ski. – Nærheten til forbrukerne er viktig, og vårt mål er å ha en helt gjennomslagsproduksjon slik at kundene kan ha full tillit til at vi driver etter mest mulig etiske og bærekraftige prinsipper.

Tro på framtiden

– Kjøtt vil nok fortsatt være et viktig næringsmiddel, og inngår etter vår mening i et sunt og balansert kosthold. Derfor har vi stor tro på at det er behov for å produsere kjøtt også i framtiden, men det må selvfølgelig gjøres mest mulig bærekraftig.

Johan er femte generasjon Bjørneby på Dyster gård. De satser for framtiden og datteren Nathalie (26) involverer seg i gården og skal etterhvert overta driften. – Tove og jeg har ambisjon om å bygge et eget slakteri, da vil hele produksjonen skje på gården, da blir kjøttet rett og slett 100 prosent kortreist. Med eget slakteri kan vi bruke hele dyret, slik at minst mulig går til spille. Det er også bærekraft, sier Tove og Johan Bjørneby. ●

Jakten på grønne muligheter



Rødt fe skal bli grønnere

Norsk rødt fe (NRF) skal bli enda mer klimavennlig. Avls- og genetikkelskapet Geno utenfor Hamar har som mål å avle fram kyr som raper 20 prosent mindre metan. Geno har i nesten 100 år jobbet for å få fram «verdens beste ku», Norsk rødt fe (NRF). Avlsmålene har hittil vært en ku som produserer godt med melk og kjøtt, og har god helse. Nå vurderes redusert metanutslipp som et nytt avlsmål. Forskningsprosjektet måler utslippsnivået til hvert enkelt dyr, og kan plukke ut neste generasjon kyr basert på dette.

[Vil du vite mer?](#) → [geno.no](#)



Dyrking av kjøtt – vil få mye ut av lite

Sissel Rønning ved Nofima i Ås forsker på dyrking av kjøtt. Hennes prosjekt, GrowPro, skal utvikle en ny teknologi for bærekraftig produksjon av muskelproteiner. Levende muskelceller fra storfe dyrkes ved bruk av bioreaktorer. Optimistiske overslag anslår at det kan dyrkes 10 tonn kjøtt fra 1 gram muskelprøve. Allerede i 2013 klarte nederlandske forskere å dyrke fram en hamburger. Ulempen var prisen på kjøttstykket: 2,8 millioner kroner. Men forskere over hele verden er sikre på at det vil bli mulig å oppnå storskalaproduksjon.

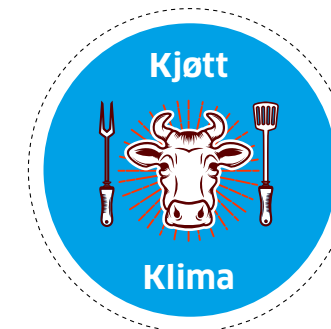
[Vil du vite mer?](#) → [nofima.no](#)



Griser på nitrogen

Norsvin driver vitenskapelig avlsarbeid på svin i Norge, og den norske grisen er kjent for å være verdens mest føreffektive gris. Norsvin tar dette et steg videre og skal avle for nitrogeneffektive griser. Nitrogen er en viktig byggekloss i protein som grisen får gjennom kraftfôret. Protein er en dyr råvare i tillegg til at ufordøyd protein utgjør klimagassutslipp fra grisens gjødning. En effektiv utnyttelse av nitrogenet i kraftfôret er svært viktig for bedre ressursutnyttelse og svinekjøtt kan kategoriseres som mat med lavt klimaavtrykk, og under 3 kg CO₂-ekvivalenter per kg vare. Grisen er landets største kjøttprodusent, men står for bare 8 % av klimagasser fra landbruket.

[Vil du vite mer?](#) → [norsvin.no](#)



Mer fakta til forbrukerne

Anders Bjartnes

Redaktør / Norsk klimastiftelse – Norges grønne tankesmie

1 Hvordan stiller du deg til Miljødirektoratets utredning om at vi må kutte produksjon av rødt kjøtt for å nå klimamålene?

Det er forbrukerne som avgjør hvor mye rødt kjøtt som spises i Norge, ikke politikerne. Jeg tror ikke det kommer avgifter eller andre «hardhendte» tiltak som straffer forbruket av rødt kjøtt, men trolig legges forbrukernes vaner likevel gradvis om. Det er sammensetningen av det samlede forbruket som avgjør hvor stort klima- og ressursavtrykket er. Forbrukernes valg er derfor viktige. Mindre kjøttkonsum betyr lavere klimaavtrykk, men kjøttets klimaavtrykk avhenger også av hvordan det produseres. Det samme er tilfellet for andre matvarer. Klimaendringene vil bety dårligere kår for matproduksjon i mange deler av verden. Det betyr at vi må utnytte våre ressurser godt, samtidig som utslippene reduseres. Derfor må vi ha blikk mot norske utslipp, men også mot avtrykket som for eksempel fôrimport representerer. Skal de globale klimamålene nås, må verden over på et mer plantebasert kosthold.

2 Hvordan kan dagligvarebransjen best bidra til redusert forbruk av rødt kjøtt?

For eksempel ved å gjøre kjøttbitene i porsjonspakkene litt mindre. Er 150 gram nok? Med litt mindre volum tåler kanskje forbrukerne noe høyere priser – og kan velge produkter med høyere kvalitet. Jeg tror også at klimamerking av matvarer vil bli mer vanlig. Slik merking kan være et godt tiltak fra dagligvarebransjen, men det forutsetter at metodene er gode og transparente. Jo mer forbrukerne kan få vite om et produkts opphav, jo bedre. Det gjelder både klimaavtrykk, produksjonsland, transport, arbeidsforhold – alt på veien fra jord (eller hav) til bord.

3 Hvilke aktive valg tar du selv for å bidra til et mer klimavennlig kosthold?

Jeg kan ikke fordra å kaste mat og er derfor svært opptatt av at alt som kjøpes inn spises opp – og at det ikke kjøpes inn mer enn det som kan spises opp. Jeg er langt fra vegetarianer, men spiser nok mindre kjøtt og kjøttvarer nå enn for noen år siden. Jeg kjøper gjerne også kortreist mat når det er mulig – og aldri matvarer jeg vet at har blitt fraktet med fly. Flyfrakt av mat ødelegger ethvert klimaregnskap. ●



Grønn kur for rødt kjøtt

Sigrid Hjørnegård

Generalsekretær / Bondelaget

1 Hvordan stiller Bondelaget seg til Miljødirektoratets utredning om at vi må kutte produksjon av rødt kjøtt for å nå klimamålene?

Forslaget innebærer å kutte kjøttforbruk – og dermed norsk husdyrhold – langt under de gjeldende kostholdsradene. Det vil redusere norsk matproduksjon der de fleste er enige om at vi bør produsere så mye som mulig av maten vår selv. Forslaget vil tilsvare nedlegging av over 8900 fjøs og legge brakk matjord tilsvarende 200 000 fotballbaner. Forslaget er også unødvendig. Jordbrukets klimamål kan nås ved å gjøre matproduksjonen på nye og bedre måter. Vi er i front innen dyrehelse og klimavennlig husdyravl. En ny klimakalkulator gjør at alle bønder får et nytt kunnskapsgrunnlag som viser hvordan de kan redusere klimaavtrykket fra egen gård. Nå må vi satse enda mer på grønn landbruksteknologi som kan gjøre at vi i framtida kan produsere mat enda mer klimavennlig.

2 Hvordan kan dagligvarebransjen best bidra til redusert forbruk av rødt kjøtt?

Heller enn ensidig fokus på redusert forbruk av rødt kjøtt, bør vi sammen bidra til at all matproduksjon blir mer bærekraftig. Mange forbrukere ønsker å vite hvor maten kommer fra, og dagligvarekjedenes egne merkevarer må få mye tydeligere opprinnelsesmerking. Jaget etter lavprisprodukter kan gå på bekostning av bondens mulighet til å leve av matproduksjon. Dagligvarekjedene har et stort ansvar for at produkter med vekt på dyrevelferd og bærekraft gis god plass, og ikke prises ut av konkurransen mot kjedenes egne merkevarer. Norsk kan ikke bare være et honnrord kjedene reklamerer med, det må også gjenspeiles i butikkhylla.

3 Hvilke aktive valg tar du selv for å bidra til et mer klimavennlig kosthold?

Når jeg fyller handlekorga prøver jeg å tenke over hvordan de valgene jeg tar påvirker naturen vår, landskapet og samfunnet vårt forøvrig. Mat produsert av norske utmarksressurser, som sau og lam, er noe av det mest bærekraftige vi kan spise. Jeg prioriterer varer i sesong. Det er den enkleste måten å spise mer kortreist på. Velger jeg mat produsert av samvirker eid av bønder sjøl, vet jeg at prisen jeg betaler for produktet i større grad går tilbake til dem som har laga maten. Men på travle dager har jeg en enkel kjørerregel til alle som vil være mer bærekraftige: Spis norsk, spis sesong og spis opp! ●

EN SAK • TO SIDER

Stø kurs for kostrådene



Helsedirektoratets kostråd fra 2011 står godt plassert på nordmenns spisebord. Rødt kjøtt er fortsatt «spiselig», men med en anbefaling om maksimalt inntak på en halv kilo i uka. Samtidig understreker direktoratet at magert kjøtt og fisk bør være hovedrettene. Pluss mye grønnsaker.

Rødt kjøtt omfatter kjøtt fra storfe, lam, svin og geit. – Kjøtt inneholder protein, jern og vitaminer som er viktig næring. Samtidig representerer et høyt inntak av rødt kjøtt en helse- risiko, særlig gjelder dette bearbejdede produkter som inneholder mye fett og salt, sier divisjonsdirektør Linda Granlund, ansvarlig for folkehelse og forebygging i Helsedirektoratet.

Bredt grunnlag

Helsedirektoratets kostråd er nasjonens spisekart, og har stått nesten uendret siden 2011, med noen få justeringer og presiseringer. Kostrådene er summen av et bredt spekter av informasjon fra både nasjonal og internasjonal forskning. Dagens kostråd bygger på rapporten «Kostråd for å fremme folkehelsen og forebygge kroniske sykdommer». I tillegg støtter direktoratet seg på kunnskap fra blant annet Verdens helseorganisasjon (WHO), den europeiske helsemyndighet for næringsmiddeltrygghet (EFSA) og Verdens kreftforskningsfond (WCRF).

– Det forskes mye på kosthold og helse. Hvis det kommer interessante enkeltstudier som

kan utfordre våre kostråd, etablerer vi ved behov en gruppe som går bredt og dypt inn i resultatene. Hittil har vi ikke fått grunnlag til å endre våre råd. Vi er absolutt åpne for ny kunnskap, men vi vil ikke vingle, sier Granlund, som framhever Nasjonalt råd for ernæring som en viktig fagressurs.

Tenk annerledes

Divisjonsdirektøren er praktisk når det gjelder å følge anbefalingen for kjøttkonsum. – Mange liker rødt kjøtt og og spiser dette ofte. Da er det en god idé å ta litt mindre kjøtt på tallerkenen og heller supplere med spennende, gode salater. Det er også viktig å huske at det er flest hverdager, det går fint å kose seg litt i helga – så fremt den ikke varer fra torsdag til tirsdag – og så lenge hverdagsmåltidene er i tråd med kostrådene.

– Det er bra at så mange er opptatt av kosthold, det gir næring til viktige diskusjoner, sier Linda Granlund, som aller helst ser at fisk skal ta en større plass på nordmenns matbord. Selv prøver hun å være kreativ i å finne alternativer til kjøtt. – Men barna mine har sterke meninger om at hamburger er kjøtt – og ikke fisk! ●

Kostråd i korthet

Norske helsemyndigheter har ingen anbefalinger om minimumsinntak av kjøtt. Grønnsaker, grovt korn og fisk, derimot, bør man spise for å ha et sunt kosthold.

Skal man spise kjøtt bør man velge magert kjøtt og magre kjøttprodukter. Rene råvarer er et bedre valg enn bearbejdet kjøtt. Begrens mengden bearbejdet kjøtt og rødt kjøtt til 500 gram per uke. Dette tilsvarer to til tre middager og litt kjøttpålegg.

Rødt kjøtt er kjøtt fra svin, storfe, sau og geit.

Vil du vite mer?

→ [Se helsedirektoratet.no](https://www.helsedirektoratet.no) og søk på «kjøtt» og «kosthold»



▲ Linda Granlund, divisjonsdirektør folkehelse og forebygging.

Visste du at...

Den internasjonale forskningen på kosthold og helse er omfattende.

Helsedirektoratets kostråd bygger på systematiske kunnskapsoppsummeringer, nasjonalt og internasjonalt. Den konkluderer med konkrete kostråd og beskriver både metoden og det vitenskapelige grunnlaget. Sentralt er også anbefalingene fra styringsgruppen Nordic Nutrition Recommendation (NNR).

Helsedirektoratet støtter seg dessuten på kunnskapsoppsummeringer fra andre internasjonale ekspertgrupper som Verdens helseorganisasjon (WHO), Den europeiske helsemyndighet for næringsmiddeltrygghet (EFSA) og Verdens kreftforskningsfond (WCRF).



Hvis du ønsker å følge Helsedirektoratets kostråd kan du gjerne velge litt magert kjøttpålegg som en del av frokosten din.

Løfter lokalsamfunn digitalt

Når lokalbutikken får fiber betyr det mye for det moderne næringsliv og hverdagsliv over hele landet.



I dag har 56 prosent av alle husstander i spredtbygde strøk tilbud om høyhastighetsbredbånd, i følge en fersk undersøkelse fra Nasjonal kommunikasjonsmyndighet. Denne andelen vil øke betraktelig når fibertilgangen til alle NorgesGruppens butikker ferdigstilles neste år. Telenor og NorgesGruppen har inngått en avtale om fiberutbygging som vil medføre at store deler av distrikts-Norge kan få muligheten til å koble seg på. NorgesGruppen har dagligvarebutikker i nærmere 90 prosent av landets kommuner.

Enklere å drive god butikk

På Vaset, et av de mest attraktive hytteområdene i Valdres, driver kjøpmann Harald Lasskogen den lokale Joker-butikken. Han er blant dem som gleder seg over at det nye nettet vil bidra til velassorterte butikkhyller og at transaksjonene i kassen går unna.

– Jeg har tro på at dette vil gi kundene en bedre opplevelse i butikken, særlig når det kommer til butikkdata og systemer vi bruker for å tilby tilleggstjenester, sier Lasskogen. Han legger til at det også vil effektivisere arbeidet rundt drift, lønnskjøring og kursing.

Gir ringvirkninger

Bakgrunnen for avtalen om fiberutbygging er at det er like viktig med effektive, digitale butikk-løsninger i distriktene som i storbyområdene. Lokalbutikkene tar ofte på seg flere oppgaver for samfunnet de er en del av. Utover å være stedet

der folk handler melk og brød, er butikken gjerne apotek, mini-vinmonopol, valglokale og arbeidsformidling – ja, noen steder til og med en slags skolefritidsordning. Og da trengs det fibernet. Det har nesten 50 ganger høyere kapasitet enn det gamle kobbernettet, og gir ytelse og responstid på digitale løsninger som holder tritt med et moderne hverdagsliv. Det å få fibernet på bygda handler imidlertid ikke bare om en enklere hverdag, men også rettferdige vilkår.

– Digitaliseringen gjør at vi kan gjøre mye av det samme fra overalt. Raskt og stabilt nett gjør at vi i utkanten kan ta del i storsamfunnet, på lik linje med dem som bor i de store byene. Det er med på å gi distriktene og det lokale næringslivet like muligheter, sier Lasskogen.

Mye av næringslivet på Vaset tar utgangspunkt i småskalaproduksjon og turisme. Mange kritiske arbeidsfunksjoner er priggitt et godt nett, slik som markedsføring, booking, kontakt og betaling. Er nettet tregt, går det utover jobben. Line Lunde Hovrud driver Brennabu leirskole og utleie av hytter og selskapslokaler. Hun er sikker på at et høyhastighetsnett på Vaset vil gi positive ringvirkninger for det lokale næringslivet.

– Dette betyr at folk vil bruke mer tid på hyttene her oppe, og gjøre det mer attraktivt for næringsvirksomheter og investorer å satse her, sier hun.



Utbygging av fibernet, som her på Vaset i Valdres, gir positive ringvirkninger over hele landet.



Vinn-vinn for alle. Både lokalt næringsliv og kommunen vil tjene på et raskere og mer stabilt nett, tror Bjørn Sveine, vert ved Gomobu fjellstue.



Et sted å satse på. Når Vaset blir mer tilgjengelig for omverdenen, blir det mer interessant for aktører å satse her, tror Line Lunde Hovrud, som driver leirskole og utleie av hytter og selskapslokaler på Brennabu.



Et digitalt løft for bygda. Fibernet vil bidra til at distriktene og det lokale næringslivet får bedre muligheter, tror Harald Lasskogen, kjøpmann på Joker Vaset.

For sin egen del ser hun fram til en tryggere og mer stabil arbeidssituasjon.

– Det gjør Brennabu tilgjengelig for omverdenen, og at verktøy og systemene vi bruker fungerer som de skal. Våre gjester er vant til å ha raskt og stabilt nett hjemme, og forventer det når de kommer hit for selskaper, bryllup og leirskole, sier hun.

Nettkapasitet bidrar til inntekter

På Gomobu fjellstue lever Bjørn Sveine av å skape gode opplevelser for turistene som besøker bygda. Og det går som regel over all forventning, fram til gjestene skal betale.

– Da må vi ofte vente på at maskinen og terminalen skal gjøre seg ferdig, og nettet kan være så ustabil at det hele faller ut, og vi må begynne på nytt, sier han.

Nå i koronatid er det mange som vil ha hjemmekontor på hyttene. Det skaper også et behov for mer kapasitet i nettet som er viktig å imøtekomme.

– Det at folk besøker Vaset og legger igjen mye penger her skaper inntekter både for næringslivet og kommunen, sier Sveine. ●

FOR
20 år
SIDEN...

Du bretter sammen tilbudsavisen i A3-format, som kommer i postkassen hver uke, putter i lomma og går til butikken. Du går gjennom butikken og plukker varene du skal ha. I kassen blir strekkoder skannet. Du betaler med kort, men tar ut en hundrelapp, bare sånn i tilfelle, og bærer handleposene hjem.

I 2020 åpner du handleappen, klikker deg gjennom varetilbudet og legger det du vil ha i den digitale handlelisten din. Tilbud, fordeler og registrering av bonus er i appen. Et par klikk til, og du har betalt og valgt når varene blir levert på døren din.

Visste du at...

Samarbeid med Telenor

Telenor bygger nå ut fiber i alle deler av landet der NorgesGruppen har butikker, noe som gjør at andre i lokalsamfunnet også får tilbud om høyhastighetsnett. Avtalen er i tråd med regjeringens ønske om å styrke bredbåndsutbyggingen i distriktene. Ved utgangen av 2021 skal samtlige av NorgesGruppens 2000 butikker ha tilgang til fiber.

– Denne landsdekkende avtalen muliggjør at vi kan tilby bedre nett til mange flere i lokalmiljøet. NorgesGruppen-avtalen gjør det mulig å komme enda raskere i mål før kobbernettet utfases, sier Petter Børre Furberg, Norges-sjef i Telenor.

På vei mot klimanøytral

ASKO, som leverer mat til NorgesGruppens kjeder og serveringsmarkedet, satser kraftig på batterielektrisk varetransport. De rykker stadig nærmere egne mål om nullutslippsdistribusjon av dagligvarer innen 2026.

I 2030 skal Norge ha kuttet utslippene fra blant annet transport med 40 prosent. Det er et ambisiøst mål, men ASKO som er pionér på lastebiler med nullutslipp, tar sin del av ansvaret.

I 2016 satte Norges og ASKOs første batterielektriske lastebil sine hjul på norske veier. Ikke alt gikk etter planen, men etter litt innkjøringsproblemer har ASKO lykket med satsingen på batterielektrisk Scania. Lastebilen har en rekkevidde på opptil 120 kilometer. Bilen har likhetstrekk med sin hydrogenelektriske Scania-bror i Trondheim. Nå fortsetter reisen med en bestilling på 75 nye batterielektriske Scania-lastebiler.

Det er krevende å nå ambisiøse klimamål, men ASKO har fått både klapp på skulderen og pris for innsatsen. Da de presenterte den første batterielektriske lastebilen i 2016, uttalte statsminister Erna Solberg at selskapet er en av dem som går foran i arbeidet med det grønne skiftet. I 2018 fikk de Trondheim kommunes energipris for arbeidet med hydrogenelektriske lastebiler.

En viktig forutsetning for batterielektriske lastebiler er at det er nok ladestasjoner. Nå har ASKO-eier NorgesGruppen inngått en avtale med ABB om ladeinfrastruktur for batterielektriske lastebiler ved distribusjonssentre over hele landet. ●

Vil du vite mer?

→ <https://asko.no/om-oss/fokus-pa-miljo/>



– Jeg er veldig glad for og stolt av å være en av de første til å kjøre den nye batterielektriske lastebilen. Det er viktig å satse på klimanøytrale og miljøeffektive løsninger med tanke på miljøet og kommende generasjoner.

Renats Ragimhanovs / ASKO

› På vei mot klimanøytral



Førerløse frakteskip

ASKO tar i bruk ny teknologi for en effektiv og bærekraftig varelogistikk. De har etablert et rederi som skal frakte gods med autonome sjødroner, skip uten mannskap. Disse vil erstatte 150 daglige trailerturer mellom Østfold og Vestfold. Sjødronene, som er 67 meter lange, vil bruke én time over fjorden og lade i én time mens fartøyet losses og lastes i Horten og Moss. Sjødronene forventes levert ved årsskiftet 2021/22. ●



Fra vei til skinner

ASKO har lenge jobbet med å finne gode løsninger for leveranser til Nordland og Bodø, for å redusere både miljøbelastningen og transportkostnadene. I 2019 kom løsningen. Da ble ASKO MIDT-NORGES varetransport fra Trondheim til Bodø flyttet fra vei til tog. Samarbeidet mellom ASKO, CargoNet, Meyership og Nova Sea har gitt 13 000 færre trailere på veiene og en reduksjon på ca. 6000 tonn CO₂ i året. ●



Tesla Semi til norske veier

I 2017 lanserte Tesla sin kommende batterielektriske lastebil Tesla Semi, og åpnet samtidig for salg i Europa. ASKO, som ønsker å være en spyspiss i det grønne skiftet, har bestilt 10 biler og blir trolig den første i Europa til å kjøre Semi-modellen. Leveringstidspunkt er fortsatt ikke bekreftet.

Tesla Semi får en rekkevidde på 800 km ved maksimal lastevikt og kjøring i såkalte normale hastigheter, og en rekkevidde på 640 km etter kun 30 minutters lading. ●



Framover på biogass

ASKOs mål er å sikre at mest mulig av den maten som produseres blir spist og at matavfall blir til en verdifull ressurs, som for eksempel dyrefôr og biogass. Selskapet har for tiden åtte biogassdrevne distribusjonsbiler i Rogaland. Disse benytter kloakkslam fra husdyrhold på Jæren.

Hos ASKO pågår det en kontinuerlig teknolog utvikling. Nå har de iverksatt en pilot hvor målet er at matavfall som ikke egner seg til dyrefôr skal benyttes til biogass. ●

VARENS PLASSERING I BUTIKK



Dagligvarebutikken som forskningsarena

Hvor varene er plassert i butikken har vesentlig betydning for at vi skal ta sunnere handlevvalg, viser forskningen. >

> Dagligvarebutikken som forskningsarena



◀ Samira Lekhal er spesialist i indremedisin med doktorgrad i forebygging av overvekt og livsstilssykdom. Hun er seksjonsoverlege ved Senter for sykkelig overvekt i Helse Sør-Øst, Sykehuset i Vestfold.

- Varenes plassering og pris er sterke virkemidler

VARENS
PLASSERING I
BUTIKK

I kampen mot livsstilssykdommene er butikken blitt en viktig arena. Bevisste valg fra butikkens side om hvor varene er plassert, bidrar til å gjøre våre ubevisste handlevalg sunnere.

Isamarbeid med NorgesGruppen har Samira Lekhal og organisasjonen GreeNudge forsket på helsefremmende virkemidler i dagligvarebutikken.

- Vi fant at varenes plassering og pris er sterke virkemidler, som dagligvarehandelen aktivt kan ta i bruk for å nå ut til dem med usunt kosthold i befolkningen, sier Samira Lekhal, grunnlegger og prosjektleder i GreeNudge, ph.d. og overlege.

På fedmetoppen

I butikken styres vi i stor grad av ubevisste valg, og det er ofte dårlig nytt for folkehelsen. Overvekt og fedme berører omtrent ett av seks norske barn og en av fire ungdommer og voksne, i følge Folkehelseinstituttet. For å snu denne utviklingen må vi rett og slett ta bedre valg om hva vi spiser. Virkemidler som plassering, merking og pris av varer spiller inn.

- Hvordan matvarene er plassert i butikken er et svært effektivt virkemiddel. Vi kjøper ofte det vi ser først. Vi kan dermed påvirke til sunnere matvalg gjennom en endring i omgivelsene i dagligvarebutikken, sier Lekhal.

Pisk eller gulrot

Avgifter brukes ofte for å påvirke forbru-

kervalgene, men det finnes alternativer. Om ditt første møte i butikken er en bugnende frukt- og grøntavdeling øker sjansen for at du handler mer grønt. Og den nøkkelhullmerkede pølsen får bedre odds hvis den ligger side om side og til samme pris som den mindre sunne pølsen.

- Effekten plasseringen har ser vi både ut fra hvor produktene er plassert i butikken, og hvordan de er plassert i forhold til hverandre, sier Lekhal. En optimal vareplassering kan være i starten av butikken, ved kasseområdet, på hyller som er i øyehøyde eller ved siden av populære produkter.

- Det tar tid å endre vaner, og vi har som mål å hjelpe kundene våre til å få et sunnere kosthold, sier Aina Marie Lien, fagsjef for sunnhet og ernæring i NorgesGruppen. - Vi ser at vi kan bidra ved å bruke hele verkøytøkkassen. Plassering, pris, porsjonering og merking er alle effektive virkemidler, gjerne i kombinasjon.

I perioden 2015-2019 har NorgesGruppens kjeder gjort et systematisk arbeid med endringer i butikkutforming og optimal plassering av frukt, grønt og sukkerfri brus.

- Samtlige av NorgesGruppens kjeder plas-

serte brus uten sukker optimalt i butikk, det vil si i gripehøyde og først i brushyllen, sier Lekhal. Analyser av salgsdata gjennomført av GreeNudge viste da en økning i volumsalg av brus uten sukker på fire prosent, og en tilsvarende reduksjon i volumsalg av brus med sukker. KIWI reduserte også prisen på sukkerfri brus, noe som førte til et økt volumsalg av brus uten sukker med seks prosent.

Fett klasseskille

En dytt i en sunnere retning er ikke bare bra for helsen, det kan også bidra til å redusere sosioøkonomiske forskjeller. Forskingen viser at endret vareplassering har best effekt i fylkene der folk i utgangspunktet spiser minst frukt og grønt fra før. I områder med gjennomsnittlig lavere utdanningsnivå økte salget av frukt og grønt med 22 prosent, mot 16 prosent i de tre fylkene med høyest utdanningsnivå.

- Dette er veldig spennende, og kanskje blant de viktigste funnene. Det tyder på at optimal plassering påvirker alle forbrukergrupper, og kan bidra til å utjevne sosiale forskjeller, sier Lekhal. ●

Vil du vite mer?

→ [Se konkrete eksempler på neste side](#) >



< Et fristende førsteinntrykk

Handler du i NorgesGruppens butikker, møtes du først av grønnsaker og frukt. Etter at frukt- og grøntavdelingen ble flyttet fram i butikkene, har vi kjøpt betydelig mer frukt og grønt i hele landet. Områder der det før ble solgt minst frukt og grønt, har økt salget mest.



< Plassering og pris bidrar til økt salg av sukkerfri brus

En av fire får i seg mer sukker enn hva som er anbefalt, og overskuddet kommer som regel fra brus og saft med sukker. Derfor er det å bytte til sukkerfri brus et betydelig tiltak om du vil redusere sukkerinntaket ditt. Og den vanen er ikke vond å vende: Bare ved at NorgesGruppen i 2018 flyttet sukkerfri brus til en bedre plassering i butikkhyllene førte det til at salget økte med fire prosent, på bekostning av sukkerholdig brus. I tillegg gjorde KIWI den sukkerfrie brusen billigere enn brus med sukker. Da økte salget av det sukkerfrie alternativet med seks prosent.



< Mindre søtsaker, mer velvære

For å redusere fristelsene har MENY flyttet godteri og sjokolade bakover i butikken, og plassert velværevarene nærmest kassaområdet. Nær 100 MENY-butikker har gjort denne omleggingen til nå og flere er planlagt framover.

Vil du vite mer?

→ [Sjekk Norsk Tidsskrift for Ernæring \(www.ntfe.no\)](#) og søk på «Lekhal»

Kilde: GreetNudge.

Daglige vaner i endring

Etter nærmere trekvart år med korona ser vi noen tydelige utslag: Det kastes mindre mat, det er flere hjemmelagde måltider, det handles mer norskprodusert og mange oppgir at de spiser sunnere enn før. For mange har maten blitt viktigere. For dagligvarebransjen betyr det å ivareta smittetiltak, slik at du som handler skal føle deg velkommen og trygg.



Det er ingenting som tyder på at koronavirus smitter via mat og drikkevann. Det er ingen kjente tilfeller av smitte via matvarer, heller ikke importerte matvarer eller emballasje.

Seniorrådgiver Catherine S. Svindland, Mattilsynet til *Nationen*, august 2020

Bruker hele åpningstiden

Et enkelt tiltak for å redusere smitte er å handle mat i butikken på tidspunkt det er færre kunder til stede. På ettermiddagene, ved lunsjtider og i helgene er det erfaringsmessig mest folksomt, men dette varierer. Forhør deg derfor med din lokale butikk!

Økt beredskap, redusert sykefravær

NorgesGruppens kunder og medarbeidere har vært flinke til å følge opp smitteverntiltakene, slik at butikkene skal være mest mulig trygge. Dette bekreftes også ved at sykefraværet i NorgesGruppens butikker faktisk er lavere enn før koronasituasjonen oppsto.

Visste du at...

Hvorfor gå i butikken når du kan få maten hjem?

Korona har ført til sterk vekst i netthandel, med mange nye kunder som tradisjonelt ikke har handlet på nett tidligere, blant annet flere eldre. Mange ønsker mat levert på døren i disse tider – enten på grunn av karantene eller bare fordi hjemlevering passer med en endret hverdag. Se [meny.no/nettbutikk/](#)

Mange nye medarbeidere

I løpet av det siste halvåret har NorgesGruppens butikker rekruttert 2000 nye medarbeidere i takt med økt etterspørsel i dagligvarebransjen.

Kilde: NTB, Nofima, Opinion, Mattilsynet, Nationen



Det viktigste er å holde én meter avstand og å vaske hender

Du som kunde skal føle deg ivaretatt. Butikkene følger de til enhver tid gjeldende rådene fra myndighetene og de anbefaler kundene å gjøre det samme.

I alle dagligvarebutikker finner du dispensere med hånddesinfeksjon. Er de tomme, så gi beskjed til betjeningen. Mange av butikkene har også mulighet for håndvask.

- 1 Bruk hele åpningstiden. Planlegg handleturen i god tid, så ikke alle handler samtidig, for eksempel ved helg eller høytid.
- 2 Følg lokale råd og anbefalinger om bruk av munnbind.
- 3 Ta med det du trenger. Da er det varer til alle.
- 4 Legg gjerne ut på handleturn alene.
- 5 Ta hensyn til både kunder og butikkmedarbeidere. Hold minst én meter avstand.
- 6 Unngå å ta på varer du ikke skal kjøpe.
- 7 Ta trygge veivalg. Prøv å få noen til å handle for deg hvis du er i karantene.
- 8 Bruk papirlommetørkle eller albuen om du må nyse eller hoste. Pass på god håndhygiene.
- 9 Ta hensyn til berøringspunkter. Betal helst med kort.

Matforsyningen på stell

Dagligvarebransjen har beredskap som sikrer rikelige lagerbeholdninger og effektiv varedistribusjon også i krisesituasjoner. Under pandemien har hele bransjen totalt sett klart å opprettholde god tilgang på varer i en krevende situasjon med perioder med hamstring. Samarbeidet med leverandører, norsk landbruk og myndigheter har vært viktig for å løse utfordringer underveis.

Vil du vite mer? → [Se Innblikk side 9](#)

FOR
20 år
SIDEN...

Iå frukt- og grøntavdelingene godt gjemt på et trangt sted bak i butikken, i det tredje hjørnet. Brød hadde også en dårligere plassering, og det var ingen butikkstekte brød eller samme fokus på grovheten i produktene som vi har i dag.

BUFAR / Valdresmeieriet

Fastost av helmelk fra kyr på stølsbeite i Valdresfjellet om sommeren. Osten har en fin gul farge og en fyldig rund smak og passer godt på ostebordet eller som snacks, pålegg, i salat eller smeltet til ostesmørbrød og gratinering.

BÆRÅSCAMMEN / Strandli Gård

Nordnorsk camembert fra Børgesfjell og Strandli Gård. Har en mild smak, klar hvit skorpe og lys ostemasse. Velegnet til ostefatet, på godt brød med søtt tilbehør og tørket frukt.

NIDELVEN BLÅ / Gangstad Gårdsysteri

Prisvinnende, fyldig blåmuggost med fin marmorering fra Trøndelag. Gjør seg på ostefatet, som dessert (prøv med fikenmarmelade), i en saus eller til gratinering. Vinner av supergull (Bergamo, 2019) og gull (Bergen, 2018) i World Cheese Awards.

KRAFTKAR / Tingvollst

Vellagret blåmuggost fra Saghaug gård på Tingvoll, Nordmøre. Kåret til verdens beste ost i World Cheese Awards 2016. Laget av fersk kumelk fra gårdens kyr tilsatt ekstra fløte. Har en kremaktig, litt kornaktig konsistens.

KUBBEOST / Rueslåtten Ysteri

En norsk chevre fra Hallingdal som fikk bronse i øste-VM i Bergen 2018. En modnet kremost laget på geitemelk som er god som den er, og nydelig om du varmer den litt i ovnen. Server den gjerne varm med litt solbærsirup og noen hasselnøtter vendt i varmt sukker.

SOLGLAD / Himmelspannet

Rødkittost fra Hemsedal. Sølvvinner i NM i gardsost og tildelt Spesialitetsmerket. Laget av ku- og geitemelk og har en syrlig og rund smak. Serveres gjerne med aprikosmarmelade eller tørket fiken på ostefatet. Smelter også fint og kan brukes i risotto, pai, toast, saus eller i raclette.

FOR
20 år
SIDEN...

Lite norsk, mest import.

Fra en ensom nordmann blant importerte franske, italienske, sveitsiske og spanske oster på ostefatet for 20 år siden, kan du i dag fylle det til randen med et mangfold av unike og prisvinnende norske håndverksoster.

Det norske
**OSTE-
EVENTYRET**

Det norske osteeventyret

Det var en gang et land der ystingen hadde ligget i dvale i hundre år. Men så kom Kraftkar og tok en historisk pris i World Cheese Awards, og norsk ost vant oppmerksomheten til hele kongeriket og litt til.

Det var vanlig å yste til selvforsyning på gårdene i Norge fram til slutten av 1800-tallet, men da samvirkemeieriene kom gikk gamle norske ostetradisjoner etter hvert i glemmeboken. Hundre og noen år senere skulle det imidlertid endre seg med framvekst av nye, lokale ysterier.

Kraftkar gjorde rent bord

I 2016 vant osten Kraftkar fra Tingvollst gull og ble kåret til verdensmester, alle kategorier, i World Cheese Awards. Da hadde den norske blåmuggosten danket ut over 3000 deltagende oster fra 35 land. Det var «shocking news» at vinneren var norsk, og over natten ble oppmerksomheten om norsk ost vekket verden over. Det at norsk håndverksost nå finnes i ostebutikker i Spania, Italia og Frankrike er fantastisk reklame for norske bønder.

- Om du gjør et googlesøk på Norge og mat før og etter den konkurransen, får du helt forskjellige resultater. Det er veldig hyggelig for Tingvollst, og utrolig viktig for historiefortellingen om Norge, sier Bernt Bucher Johannessen, daglig leder av organisasjonen Hanen, næringsorganisasjon for virksomheter innen bygdeturisme, gardsmat og innlandsfiske. Han >

Visste du at...

det norske tilbehøret også er i toppklasse? Lynghonning fra Nordli Gård er kraftig, mørk og aromatisk og passer alltid godt til ostefatet. Andre søte tips er eplegelé med granskudd fra Røyland Gård eller den norske fikenmarmeladen fra Gangstad – en perfekt partner til blåmuggosten.



Det norske OSTE- EVENTYRET



Gis til produkter med unik smak. Tildeles av Matmerk, en stiftelse opprettet av Landbruks- og Matdepartementet.

Her ser vi Solvor Waagen og datteren Kristin i rommet der Kraftkar står lagret i rundt seks måneder, før den er klar til å sendes ut til kundene.



› husker godt øyeblikket da Kraftkar vant. Da satt han sammen med Gunnar Waagen fra Tingvollst i salen i San Sebastian i Spania. Waagen hadde jobbet hardt i flere uker, og hadde sovnet. Kraftkar ble bedømt som den siste osten. På resultatlisten lå to spanske oster, hvorav én var forventet å vinne.

– Da det over høyttalerne lød: «Then finally we have this Norwegian Blue», og det stod Kraftkar på skjermen, dyttet vi ham i siden; hei, hei – du må våkne!

Kraftkar kom i siste liten, og røvet seieren. Akkurat som Askeladden. I løpet av minutter ble oste-Norge snudd opp ned. I San Sebastian vant ikke Kraftkar bare den gjeveste konkurransen om å bli verdens beste ost, men den historiske prisen *Champion of champions*: Verdens beste ost gjennom konkurransens 29-årige historie.

– Da Kraftkar vant, ble låvedøren slått på vid gap for andre norske oster som nå kunne følge etter i deres fotspor, sier Eivind Haalien, ansvarlig for lokalmat og spesialiteter i NorgesGruppen.

Norsk ost er til å regne med

Da det kom enda en norsk vinner i World Cheese Awards i Bergen 2018, understreket

det norske osteproducenters engasjement og fantastiske kvalitet.

– Da Ostegården vant var det med på å bevise at norsk ost ikke er en døgnflue. Det er ikke flaks at norsk ost vinner. Vi er til å regne med, sier Kristin Waagen, ostebonde og medeier i Tingvollst, og sikter til hele den norske ostefamilien.

– Vi er samarbeidspartnere, ikke konkurrenter. Vi trenger mange gardsysterier for å bli mange nok til å fylle en ostedisk, og konkurrere med importosten. Når det er ti ulike norske blåmuggoster å velge blant, da begynner det å bli kult!

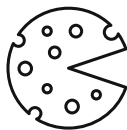
Det å lage håndverksost av internasjonal kvalitet er beinhardt arbeid. Om de inspirerer andre til å satse så er det fantastisk, sier Waagen.

– Nå flirer vi masse av alt vi har vært gjennom, men vi har mange historier om hvor tungvint vi har holdt på i mange år fordi vi ikke hadde råd til å gjøre det på noe annet vis. Bare det å kunne reise ned og delta i World Cheese Awards var en stor kostnad for oss. I starten printet vi etiketter på ark og pellet av med knappenål. Og da jeg var i Oslo for å presentere osten til kjøpere, løp jeg

nedover gatene med en baby på armen og barnevognen full av ost, minnes hun og ler. Nå har babyen blitt tolv år, og all innsatsen for å få fram Kraftkar har vært verdt det, og vel så det.

– Vi trodde etterspørselen skulle stagnere, men det har den ikke gjort.

Kraftkar har fått kultstatus. Osten ble smuglet inn til OL i Sotsji i en sveitsisk ambassadebil, og den ble med til Dronning Maud Land på antarktisekspedisjon med polfareren Alexander Gamme. Han gravde den ned i snøen utenfor teltet, men ble overrasket av snøstorm, og fant den ikke igjen. Og er den ikke funnet ennå, så ligger det en langtidslagret Kraftkar under snøen fortsatt. Snipp snapp snute, det norske osteeventyret er langt fra ute. ●



Vil du vite mer?

→ worldchampioncheese.org
→ tingvollst.no
→ norskgardsost.no
→ hanen.no
→ norgesgruppen.no/barekraft/et-levende-norge

Visste du at...

GUL BEREDSKAP:

Produktet har kvalitetsavvik som ikke medfører helsefare, og trekkes tilbake fra distribusjonskjeden og butikkene for å hindre at flere av produktene kommer ut til forbruker. NorgesGruppen butikker har 24 timer på seg til å trekke produktet. Tilbaketrekking innebærer ingen form for varsling av forbrukerne, og brukes der det ikke er mulig helsefare.

Visste du at...

RØD BEREDSKAP:

Kan være både tilbakekalling eller tilbaketrekking av produkter som medfører helsefare eller omdømmerisiko. Ved en rød tilbakekalling har NorgesGruppen butikker to timer på seg til å fjerne varen. Ved rød tilbakekalling er det i tillegg viktig at folk får beskjed, og det blir sendt en pressemelding fra den som er ansvarlig for produktet (leverandør/produzent).

ALARMEN GÅR!

Når et produkt av ulike grunner ikke holder mål, går beredskapen i NorgesGruppen sin rutiner gang. Vi fikk være med da alarmen gikk om en vegetarisk spaghetti bolognese. To timer og 17 minutter etter at avviket først ble oppdaget, har produktet blitt risikovurdert og butikkene varslet.

For beredskapsteamet i NorgesGruppen går alarmen omtrent tre til fire ganger hver uke. I løpet av kort tid gjør de en vurdering av om avviket medfører helsefare eller ikke og hvilket beredskapsnivå saken skal ha. Digitale løsninger gjør at teamet fort finner eksakt hvilke butikker som har fått produktene som avviker.

God produktberedskap er viktig både av hensyn til forbrukernes helse, men også for selskapets omdømme. Derfor har NorgesGruppen laget et eget eskaleringsnivå for beredskap som går utover bransjestandarden. Ved gul og rød beredskap har butikkene frist på henholdsvis 24 og to timer på å fjerne varen, avhengig av typen feil.

– Det sikrer at vi ikke selger produkter som i verste fall kan gjøre at forbrukeren blir syk. Samtidig skal forbruker være trygg på at de får produkter med riktig kvalitet når de handler hos oss, sier Beate Høyland, fagsjef produktkvalitet i NorgesGruppen.

Med mer integrerte løsninger har NorgesGruppen blitt mer effektive i gjennomføringen og mer presise på varsling til butikker og storhusholdningskundene. I 2019 håndterte beredskapsteamet i NorgesGruppen 151 gule tilbaketrekninger og 37 røde tilbaketrekninger og -kallinger, mot henholdsvis 108 og 28 året før. Teamet består av fem personer med matfaglig bakgrunn, som inngår i en vaktordning som svarer en døgnbemannet telefon.

– Vi har en del tilbaketrekkingssaker med ulik alvorlighetsgrad i løpet av et år. Dette skyldes at vi har strammet opp rutinen slik at alle saker skal meldes inn sentralt og ikke ryddes opp direkte med butikker eller grossister, sier Høyland. NorgesGruppen jobber kontinuerlig med forebyggende arbeid, og leverandøroppfølging er en viktig del av dette.

– Skulle dessverre uhellet være ute, og et produkt som ikke er i henhold til spesifikasjon komme ut på markedet, er det viktig med gode og effektive rutiner for å stoppe varene så tidlig som mulig, sier hun. ●

- › Her følger vi en tilbaketrekking av et produkt fra A til Å. Det dreier seg om en vare som ikke er tilfredsstillende merket. Produktet inneholder melk, men det står kun på en liten pose som ligger inne i pakningen. Siden den lille posen ligger for seg selv og faktisk var merket riktig, sendes det ikke ut en pressemelding. Varen må likevel fjernes fra butikkene i løpet av to timer, i tråd med NorgesGruppens rutiner.



FOR 20 år SIDEN...

Da gikk varsel om tilbaketrekking og tilbakekalling via faks og e-post til alle butikker som kunne ha fått varen. Det medførte at også butikker som ikke var berørt fikk varselet, og dermed kunne mat som det ikke var noe i veien med også bli kastet. – Dagens løsning er mye mer presis og effektiv i å forhindre at produkter med feil kommer på markedet, sier Beate Høyland.



17:00

Denne spaghattien er ikke grei!

På den digitale tilbakekallingsløsningen til NorgesGruppen kommer det inn en melding om et avvik på produktet DIGG Vegetar Spaghetti alla Bolognese. Leverandøren melder at dette produktet mangler korrekt merking av et allergen.

Visste du at...

Matsentralen Norge legger til rette for å omfordele overskuddsmat fra matbransjen til ideelle organisasjoner som hjelper vanskeligstilte.

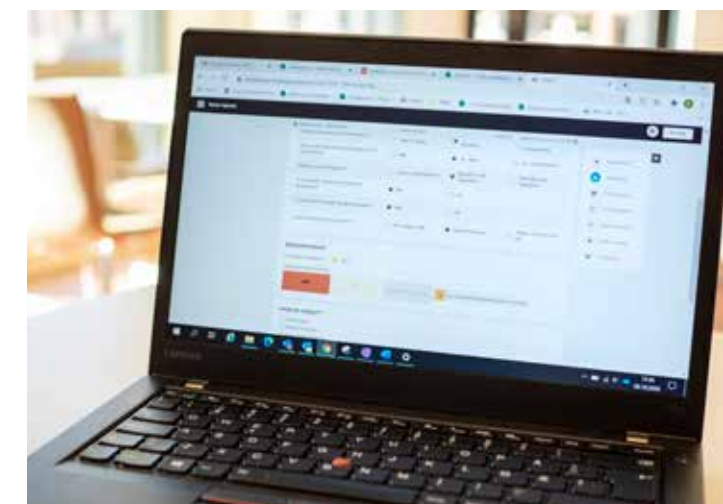
Matportalen.no der finner du råd, advarler fra Mattilsynet og pressemeldinger fra bransjen.



18:15

Blir det gul eller rød beredskap?

Beredskapsteamet, som denne gangen består av åtte personer fra leverandøren og NorgesGruppen, snakker sammen på Teams. De vurderer årsak, alvorlighetsgrad og håndtering. Med produktet følger det en liten pose revet ost som inneholder melk, men det står kun på den lille posen og ikke på hovedemballasjen. Merkingen er ikke tilfredsstillende, fordi kravet er at forbrukerne skal kunne se hvilke ingredienser og allergener et produkt inneholder når de velger det i butikk.



18:19

Hvem har mottatt varen med feil merking?

Leverandøren har sendt en spingsliste over hvem de har solgt varen til, og hvor mye. Ut fra denne informasjonen finner NorgesGruppen ut hvilke butikker, hoteller, sykehus og andre som har mottatt varen som er feilmerket.



19:17

Butikkene blir varslet

Beredskapsteamet varsler over e-post og SMS alle butikkene som har mottatt varen. Ettersom dette er rød tilbaketrekking, har butikkene to timer på seg til å fjerne produktet fra hyllene.



19:17

Grossisten blir varslet

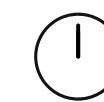
Distribusjonsselskapet ASKO får melding om å sperre varene inntil de får mer informasjon. Det meste av dette partiet blir effektivt stoppet hos ASKO.



19:30

Hva nå? Må varen kastes, eller kan den komme til nytte?

Nå står 468 DIGG Vegetar Spaghetti alla Bolognese-middager hos ASKO. Beredskapsteamet diskuterer hvordan dette kan håndteres. – Her må vi prøve å la det komme til nytte framfor å bare kaste det, forklarer fagsjef Beate Høyland. Produktet er ikke tilfredsstillende merket i henhold til regelverket, men for alle som ikke er allergiske mot melk går det fint å spise produktet, eller velge å ikke benytte osten som er i egen pose. Beredskapsteamet tar kontakt med Matsentralen. Kan de ha nytte av dette?



12:00

Dagen etter

Matsentralen tar imot produktet. Sammen med beredskapsteamet til NorgesGruppen har de blitt enige om hvordan produktene skal merkes om, slik at det framkommer at de inneholder melk. Cristiano Aubert og Marlene Sveen hos Matsentralen gjør produktene tilgjengelige for alle organisasjonene som henter hos Matsentralen.

THANUflyktet til Norge
som 10-åring**Thanusan
Thanbalasingam
Hovind**

Født 20. august 1998 på Sri Lanka. Kom til Norge i 2008. Jobber som assisterende ferskvarerjef i MENY. Har egne mattips på Facebook og Instagraminnlegg. Drømmer om å bli stjernekokk.



- Vi må ikke tro vi er dårligere enn andre

En høstdag for 12 år siden landet Thanusan Thanbalasingam Hovind alene i Norge. 10-åringen hadde flyktet fra et Sri Lanka i borgerkrig, og han ante ikke hva han reiste til. I dag vet han veldig godt hvor han står og enda bedre hvor han vil:

Den assisterende ferskvarerjefen har egen matkanal og skal bli mesterkokk.



Thanu sammen med sin norske mor, Anne Beate Hovind, på Sri Lanka.

Thanusan, eller bare Thanu, er ikke lenger langt hjemmefra. – Norge er hjemme, det er her jeg hører til, sier han og smiler bredt under kokkehatten på MENY Nordstrand i Oslo. Det er ingen tvil om at kundene setter pris på 22-åringen, der han energisk byr kundene på smakfulle middags-tips fra ferskvarerdisken. Høyreist, sterk og med et smittende humør er Thanu godt synlig i butikken. – Han høres godt også, ler kollega Silje Olsen.

En lang reise

Thanu vokste opp i Jaffna på Sri Lanka sammen med sin mor og søsken. – Jeg er tamil, og levde midt i konflikten mellom den tamilske frigjøringsbevegelsen, kjent som «Tamiltigrene», og regjeringen, som var dominert av den singalesiske befolkningsgruppen. Da konflikten tilspisset seg ble familien min redd for at jeg skulle bli tvangsrekruttert som barnesoldat, og bestemte at jeg måtte flykte. Jeg visste ikke hva eller hvor Europa var, og enda mindre Norge.

Men 3. september i 2008 kom han alene til Norge. En dato som viste seg å bli så viktig for Thanus historie at han senere valgte å tatovere den på brystkassen som en evig påminnelse.

– Jeg digger tatoveringer, og bruker kroppen til å skrive ned min historie.



Thanu - i blå t-skjorte - sammen med sin tamilske familie.

Og det mangler ikke på kapitler i Thanus historiebok. Heldigvis har de fleste vært av den positive sorten etter den skjebnesvangre ankomsten for 12 år siden. Og det kan han sannsynligvis aller mest takke sitt eget pågangsmot for. På mottaket han kom til ved ankomst fikk han oppnevnt en verge, Anne Beate Hovind, og hun og familien skulle vise seg å spille en avgjørende rolle i Thanus nye liv i Norge:

– Jeg lengtet jo etter å tilhøre en familie, så jeg ringte rett og slett til Anne Beate og mannen hennes Jarl og ba om å få flytte til dem. Heldigvis sa de ja, og jeg kom hjem til min nye norske familie. Det er jeg veldig takknemlig for, sier Thanu med ettertrykk.

Lever for matgleden

Med de viktigste behovene dekket ble det rom for å dyrke og videreutvikle det som skulle bli Thanus store lidenskap: mat og matglede. Og mat er ikke bare en av livets store gleder, men også i ferd med å bli Thanus målrettede vei inn i framtiden; han skal bli mesterkokk!

Matreisen begynte på matfag-linja på Etterstad videregående skole, og som en del av opplæringen fikk Thanu utplassering i MENY-butikken på Lambertseter. Der likte han seg godt, og bestemte seg like godt for å bli butikkslakter. – Jeg så på de andre butikkslakterne, og ble inspirert av det de kunne. Jeg ville bli minst like god! >

Men det var ikke lærlingplass hos MENY Lambertseter, så Thanu fikk sjansen hos MENY på Nordstrand. Det er kjøpmann og Thanus sjef i dag, Sven Fjellseth, glad for: – Jeg er veldig fornøyd med Thanus valg om å bli hos oss. Han er en dyktig og populær kollega, og jeg er sikker på at han vil nå langt!

Og Thanu har allerede kommet langt. I dag er han assisterende ferskvareressjef, en jobb han fikk to dager etter at læretiden som butikkslakter var bestått med glans. Men Thanu stopper ikke der, nå går han «i læra» for å bli fiskehandler. – Jeg vil lære alt om å håndtere mat, jeg har stor respekt for råvarene, og vil at de skal bli brukt og foredlet optimalt. Da må jeg kunne hele faget. Halvveis funker ikke, sier han bestemt.

Vil bli kjent

Thanus ambisjoner matcher smilet hans; stort og målrettet. – Drømmen min er å bli ferskvareressjef og komme inn på MENY-lauget, det er der de flinkeste matarbeiderne i MENY samles og deler sin matglede og kompetanse. Også vil jeg bli en kjent mesterkokk, sier han alvorlig. Og drømmen tar han ut til virkeligheten gjennom egne Instagram-innlegg og mattips på Facebook. – Jeg elsker å formidle min matglede, jeg bruker gjerne fire timer på å lage en spaghetti bolognese for å få den helt perfekt.

I leiligheten, som han deler med kjæresten



Matglade Thanu Hovind synes butikklivet er spennende fordi det også gir mulighet for karriere.

– Drømmen min er å komme med på MENY-lauget, jeg skal bli en kjent mesterkokk.

Thanusan Thanbalasingam Hovind
Ferskvareressjef på MENY

Rikke, har han rigget opp kjøkkenet som studio, og hver dag, fem dager i uken, viser han fram retter til en økende tilhengerskare. – Jeg lager middager selv om jeg ikke er sulten, ler han. Han er hele tiden opptatt av å skaffe seg ideer til nye retter, og derfor er han også en dedikert og vitebegjærlig restauranggjest. – Jeg tester ut forskjellige kjøkken, og lærer mye av det. Jeg vet at for å bli best må jeg lære av de beste!

Thanus matkanaler krever og gir mye.

– Heldigvis sponser MENY Nordstrand meg litt med matvarer, forteller Thanu, som også er blitt lagt merke til av andre, profesjonelle aktører. – Flere har tatt kontakt og vil ha et samarbeid, men jeg prioriterer MENY og mine egne prosjekter. Vi får se hva det blir til i framtiden, men det er mat som er livet!

Savner du Sri Lanka og familien?

– I vinter reiste jeg sammen med Anne Beate, min norske mor, tilbake til Jaffna og Sri Lanka for første gang. Jeg følte meg som en turist i mitt eget fødeland. Jeg møtte også moren min og resten av familien etter 12 år. Det var fint, men jeg kjenner dem på en måte ikke, og de kjenner ikke den norske og voksne meg. En gang vil jeg kanskje være der en lengre periode, men jeg kan ikke tenke meg å flytte tilbake. Jeg er veldig glad i tamilsk mat, den er sterk og smakfull og inspirerer meg, men det er i Norge jeg hører hjemme og hvor mine muligheter ligger. ●



Seks kjappe:

Hvordan er din arbeidsdag?

Jeg begynner ofte tidlig, og jeg ordner og setter fram de ulike varene. Nå har jeg hatt ansvaret for ostedisken. Ved lunsjtider og om ettermiddagen er det travelt, fredag og lørdag er det også mye å gjøre – det liker jeg.

Hvor er du om fem år?

Da har jeg mange følgere på sosiale medier, jeg jobber for MENY og reiser rundt for å inspirere andre. Om fem år er jeg kanskje i MENY-lauget. Jeg trives godt her og blir tatt godt vare på.

Hva er din favorittmat?

Jeg er veldig glad i entrecôte, men spiser gjerne fårrikål og lutefisk. Tamilsk mat er godt og spennende, jeg tok med meg masse krydder da jeg var der i vinter.

Hva legger du i ordet matglede?

Å utnytte råvarene fullt ut, ikke la noe gå til spille. Bruke god tid på å få fram de gode smakene til inspirasjon for andre.

Hva inspirerer deg?

Familien min, kolleger som pusher meg og målet om å bli en kjent profil og varemerke. Jeg vil være synlig.

Hva er ditt råd til andre flyktninger?

Ikke tenk at du er dårligere enn nordmenn. Men det er viktig å ha ambisjoner og å ta litt plass. Det er viktig å synes.

Vil du bli inspirert av Thanu og hans matglede?

→ Søk etter Thanu Hovind på Instagram og Facebook.

– Norske bønder er innovative og framoverlente i skoa!

10
på tampen

Olaug Bollestad

Landbruks- og matminister, fra Kristelig Folkeparti.

Olaug Vervik Bollestad (født 4. november 1961 i Strand, Rogaland) er utdannet sykepleier og ledet Stavanger universitetssjukehus før hun ble ordfører i Gjesdal (2007–2013). Fra 2015 er hun andre nestleder i KrF nasjonalt.

1 Som minister – og forbruker – hva er du mest opptatt av når du handler mat?

Ministeren og forbrukeren er opptatt av det samme: Gode norske varer, gjerne fra lokale bønder. Jeg blir glad når jeg møter trivelige butikksjefer som kan sine ting. Sunn konkurranse og fornuftige priser er viktig. Det er mye fokus på grensehandel og avgifter, men våre matkjeder kan utfordre seg selv – hvorfor koster kaffen dobbelt så mye her som i Sverige?

2 Hva har korona-pandemien gjort med handlekurven din?

Jeg har blitt enda mer bevisst på å kjøpe norsk. Til og med mannen min er opplært til det.

3 Hvordan synes du norsk dagligvarebransje har håndtert koronasituasjonen?

Koronasituasjonen har satt matsystemet som grunnleggende nasjonal funksjon på prøve. Så langt er den bestått. Honnør til alle som har gjort det lille ekstra for at matforsyningen har vært stabil.

4 Hva er det viktigste norsk landbruk må gjøre for å nå målene i Klimakur 2030?

Følge opp klimaavtalen som regjering og jordbruk inngikk i juni 2019, som kommer til å være en viktig del av det grønne skiftet. Jordbruket har laget en egen klimaplan som spiller på lag med naturens egne mekanismer. Et eksempel er økt CO₂-opptak i skog, som er det rimeligste og mest effektive klimatiltaket vi kan gjennomføre!

5 Er norske bønder innovative nok?

Norske bønder er innovative og framoverlente i skoa! Jeg var nylig i Sogn der de fortalte om den nye, norskutviklede pæresorten Celina med internasjonalt potensial. Slike historier er spennende for en norsk landbruksminister!

6 Du har selv jobbet i dagligvarebutikk. Hvordan får du bruk for den erfaringen i rollen din som matminister?

Egentlig mye det samme: Møte folk med tillit, kvalitet og substans. For butikken gir det fornøyde kunder. For ministeren gir det bedre muligheter for å få gjennomført politikken.

7 KrF ivrer for en «matkastelov». Hvordan mener du en slik lov skal fungere i praksis?

Matkasteloven skal omfatte et påbud til næringsmiddelindustrien og matvarebransjen om å donere all overskuddsmat til veldedige formål og sekundært til dyrefor. Jeg opplever økende bevissthet om matkasting, og jeg gir honnør til butikker som tilbyr nedsatte varer når de nærmer seg utløpsdato. Enkelt, genialt – og funker i praksis!

8 Hva forbinder du med matglede?

God mat i godt lag! Mat er smaksopplevelser, tradisjon, kultur, tilhørighet og fellesskap. Å samle gode venner eller familie rundt et godt måltid mat, er ekte matglede for meg.

9 Med utgangspunkt i norske råvarer: Hva ville du servert gjester en lørdagskveld?

Jeg er ikke rogalending for ingen ting, det må bli noe av sau og lam. Det er mat i verdensklasse, produsert i fjell og utmark. Gjerne sammen med lokalt dyrka rotgrønnsaker. Det er miljøvennlig og kortreist – og smaker himmelsk!

10 Hva vil du helst bli husket for som landbruks- og matminister?

For at jeg har bidratt til å gi den norske bonden plass, vilkår og muligheter hun og han bør, må og skal ha i samfunnet vårt! Nylig hadde jeg gleden av å dele ut en pris til May og Stig Johannessen på Andøya, som driver melkeproduksjon, lager ost, har kafé og gardsturisme, er besøksgård for elever og barn og har vært avlastnings- og fosterhjem. Å få lov til å være med å løfte litt fram slike folk, er det fineste jeg gjør som landbruks- og matminister.

Konkurransen!

Quiz

Vinn gavekort på kr. 1000

Vi deler ut ti gavekort à kroner 1000 som du kan handle for i alle NorgesGruppens dagligvarebutikker.

Første bokstav i svarene utgjør løsningsordet.

(Du finner hjelp til løsningen inne i bladet!)

1. Hva heter den norske osten som ble kåret til verdens beste under World Cheese Awards 2016?
2. Hva er etternavnet til kjøpmannen som driver Joker-butikken på Vaset?
3. Hva slags potensial er det landbruksminister Bollestad mener pæren Celina har?
4. Hva heter virksomheten som omfordeler overskuddsmat fra dagligvarebransjen til vanskeligstilte?
5. Hvilket selskap i NorgesGruppen satser på sjødroner?

**Send
SMS til
2229**

Vinn et gavekort på matvarer til en verdi av kr. 1000 som kan benyttes i din lokale Joker, KIWI, MENY, SPAR, EUROSPAR, Jacob's eller Nærbutikken. Vi plukker ut 10 heldige vinnere som trekkes **11. desember 2020**.

Konkurransen koster kr. 2,- per melding. Konkurransen er ikke åpen for ansatte i NorgesGruppen.

Send:

MATQUIZ(mellomrom)LØSNINGSORDET
som en tekstmelding til 2229

Norgesgruppens mål er å gi deg en bedre hverdag og samtidig sikre en bærekraftig morgendag.

Vi er et handelshus for hele landet. Kjernevirksomheten er engros- og detaljvirksomhet innen daglige forbruksvarer gjennom lavpriskjeden KIWI, supermarkedkjedene MENY og SPAR, og nærbutikkjeden Joker. Vi har butikker i 88 prosent av landets kommuner. Vi sysselsetter mer enn 40 000 medarbeidere og vi har 1200 samarbeidspartnere som spenner fra store merkevareleverandører til små produsenter av lokalmat. Alle ledd i verdikjeden - fra innkjøp og produksjon, via distribusjon til handlekurv - jobber mot ett og samme mål: å imøtekomme kundenes behov.

 **NorgesGruppen**

