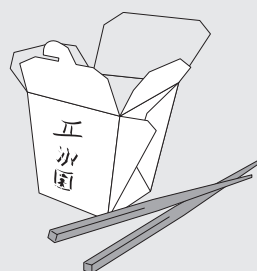
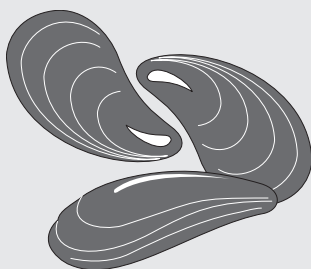


Fremtidens matvaremarked

- om utvalg, kvalitet og distribusjon av mat i Norge





Innhold

Forord	5
Sammendrag	6
1 Innledning	12
1.1 Forbrukerinvolvering på dagsorden	12
1.2 Forbrukerinvolvering i andre land	12
1.3 Hvem er med i panelene?	13
1.4 Diskusjoner i panelene – metodisk tilnærming	14
1.5 Om problemstillingene	14
2 Mangfold eller mangel på mangfold? Om utvalg av mat i Norge	16
2.1 Hva er et mangfold i mat?	16
2.2 Mangfold av mat – noen dilemmaer	18
2.3 Fornøyd?	20
2.4 Hva man trenger, ønsker og savner	24
2.4.1 Mer ferskvarer og mindre “ferdigmat”	25
2.4.2 Fisk	28
2.4.3 Frukt og grønnsaker	32
2.4.4 Melkeprodukter	35
2.5 Økologisk mat	36
2.6 Lokal produsert mat og “nisjeproduisert”	38
3 Erfaringer, holdninger og forventninger til alternative salgskanaler	42
3.1 Bondens marked	42
3.2 Salg av mat direkte fra gård og båt	49
3.3 “Potetbuer” – salg av mat langs veien	54
3.4 Fiskebil og andre biler	56
3.5 Internett	58
3.6 Innvandrerbutikker	61
3.7 Matauk og bytteøkonomi	64
3.8 ...alternative salgskanaler – en suksess?	65
4 Et fremtidig norsk matvaremarked	66
4.1 Hva skal produseres i Norge? Vi er gode på kålrot og sau... ..	66
4.2 ... fordi det er “norsk”	68
4.3 ... fordi det er godt! Kvalitet en forutsetning	69
4.4 ... fordi det er særegnet. Fra “Tineost” til “Telemarksost”	70
4.5 Lokal mat, økologisk mat - inn i butikk!	75
5 Oppsummering	79
Vedlegg	80





Forord

Dette er den andre rapporten fra de "Matpolitiske forbrukerpaneler". Den første rapporten kom i juni 2003 og omhandlet panelenes interesse for og ønsker om ulik type informasjon om kjøtt. Panelenes andre rapport tar for seg paneldeltagernes ønsker og tanker om fremtidens matvaremarked i Norge. Rapporten formidler de viktigste synspunktene og oppfatningene til 63 "vanlige" forbrukere når det gjelder spørsmål om utvalg, kvalitet og distribusjon av mat. Prosjektet er 3-årig prøveprosjekt, initiert av Landbruksdepartementet og finansiert av Mattilsynet. Forbrukerrådet er ansvarlig for utforming og gjennomføring av prosjektet. Ellen Bjørkum har ført begge rapportene i penn.

Ellen Bjørkum har vært prosjektleder, mens Stine Wohl Sem, seksjonssjef i seksjon for mat og miljø i Forbrukerrådet er ansvarlig for prosjektet.

Nydalen, februar, 2004-16-04

Forbrukerrådet (FR)



Sammendrag

Om prosjektet

Målsettingen med opprettelsen av Matpolitiske forbrukerpaneler er å øke kunnskapen om forbrukernes meninger og holdninger til mat, og der i gjennom øke *forbrukerrettingen* av matvarepolitikken. Myndighetene ønsker å kunne føre en dialog med forbrukerne og la dem slippe til med sine synspunkter *direkte*.

Myndighetene på sin side har forpliktet seg til å lytte til de innspill panelene kommer med, samt gjøre rede for hvordan panelenes innspill skal følges opp i praktisk politikk. Det er etablert forbrukerpaneler i 7 fylker (hhv. Oppland, Oslo/Akershus, Telemark, Vest-Agder, Hordaland, Nord-Trøndelag og Troms). Det sitter 9 personer i hvert panel. Alle deltagerne er lekfolk på matområdet, dvs at de ikke har nær tilknytning til landbruk eller matvarebransje. Panelene er bredt sammensatt med bakgrunn i blant annet ulikheter mht kjønn, alder, utdanning og sivilstatus. Panelene er ikke representative i statistisk forstand, men er satt sammen med et mål om å speile en del av den variasjon i holdninger og verdier til mat som finnes i befolkningen. Deltagerne ble rekruttert via annonser i lokale medier samt via Forbrukerrådets nettside i januar 2003. Paneldeltagerne sitter i panelet for inntil 3 år av gangen.

Panelene har så langt hatt 3 samlinger; "kick-off" for prosjektet i februar 2003, en lokal samling mars/april 2003, samt en samling høsten 2003. Denne rapporten formidler resultatene fra den siste samlingen høsten 2003.

Om problemstillingene

I panelenes første rapport var hovedkonklusjonen; vi vil vite hva vi spiser! Tema var forbrukernes interesse for ulik type informasjon om kjøtt hvor panelene blant annet etterlyste opprinnelsesmerking av alt kjøtt. Panelene gav også uttrykk for til dels sterk kritikk både av de norske samvirkene og av kjedenes tilnærmede monopol i matvaremarkedet. Landbruksminister Lars Sponheim beskrev kritikken som "kraftigere enn forventet" og som en "betydelig systemkritikk". Ifølge panelene har både samvirkene og kjedene vær på sin måte bidratt til å "standardisere", "anonymisere" og "forflate" det norske matvareutvalget. Kjedenes og samvirkene er "mangfoldets" fiende konkluderte panelene.

Den andre "runden" i panelene ble derfor benyttet til å diskutere mer konkret hva slags mat/type mat det er viktig for paneldeltagerne å ha tilgang til og hva de spesifikt savner i butikkene. Landbruksminister Lars Sponheim gav også uttrykk for at den kritikken panelene kom med i "første runde" innebar en utfordring til forbrukerne selv; "Forbrukerne må alliere seg for å finne andre salgskanaler enn de tradisjonelle kjedene" sa Statsråden. I høstens diskusjoner ble derfor panelene spurt om slags erfaringer, holdinger og forventninger de har til ulike alternative salgskanaler (alternativ til kjedebutikk). Til slutt har deltagerne kommet med innspill på hva norsk matvareproduksjon bør gjøre i en situasjon med økt konkurranse "utenfra" og hvor norsk mat trolig ikke vil kunne hevde seg med hensyn til pris. Kort og godt – hva bør norske matvareprodusenter og norsk matvareindustri gjøre for å "overleve" i fremtiden? Hva skal til for at å "tekke" den norske forbrukeren?

Om resultatene

Hva er et mangfold av mat?

Et mangfold av mat handler ikke om å ha mer (enn i dag) i kvantitativ betydning, men om å ha gode og varierte valgmuligheter. Mangfoldet må være *reelt* og ikke bare *tilsynelatende*, slik en god del opplever situasjonen i dag. Reelle valgmuligheter dreier seg om å kunne velge mellom ulike varer produsert og foredlet på ulikt vis, med bruk av forskjellige råvarer og ingredienser, med ulik opprinnelse og særpreg. Panelene ønsker *faktiske* kvalitetsforskjeller (smak, utseende osv) og varer med ulik betydning for helse og miljø. "Mer av det samme" er ikke det samme som økt mangfold.

Folks preferanser er forskjellige, så også når det gjelder mat og man blir neppe enig om hva som er det "gode mangfold". Flere stiller spørsmålet "trenger vi det"? Bli vi lykkeligere av et større mangfold? Deltagerne peker på at utvalget av mat kan bli *for* stort, så som for eksempel på Ultra eller store supermarkeder i utlandet. Vareutvalget er "enormt" og inneholder så mye "spesielt" at en ikke vet hva en skal velge - valgmulighetene blir belastende snarere enn berikende. Debatten om mangfold reiser både moralske, etiske og miljømessige dilemmaer mener panelene. Er det for eksempel etisk sett riktig at vi i den rike delen av verden skal kunne velge ut i fra en nærmest ubegrenset overflod av mat, mens store deler av verdens befolkning sulter? Spørsmål om forurensing og kast av mat er andre problemstillinger panelene reiser.

Det *gode* mangfold, handler for de fleste først og fremst om å ha et godt utvalg av ferskvarer som

både ser godt ut og smaker godt, så som fisk, kjøtt, frukt og grønnsaker. For flere handler det om å gå tilbake til det "nære" og "enkle" – mens det for andre er viktig å ha et stort utvalg av all slags "eksotisk mat". For majoriteten av deltagerne er det ikke snakk om enten eller, men begge deler (til en viss grad).

En del av deltagerne gir uttrykk for at de er godt fornøyd og at de har tilgang til et mangfold av mat som er "mer enn stort nok". Graden av tilfredshet hos den enkelte synes i stor grad å henge sammen med hvor man bor; om man bor i eller i nærheten av en by eller større tettsted - eller om man bor "på bygda". "På bygda" har man et langt mindre utvalg av butikker og et langt mindre utvalg i de butikkene som finnes – valgmulighetene er få, man må "ta det de har". Hovedinntrykket er at panelene er "sånn passe fornøyd" når det gjelder utvalg av mat. Folks forventninger justeres etter de muligheter og erfaringer de har, dessuten er det som flere påpeker, vanskelig å gi uttrykk for et "savn" når man ikke har et reelt sammenligningsgrunnlag; flere gir uttrykk for at de ikke helt vet hva de skal savne. Andre hevder at norske forbrukere er fornøyd med "lite" og mangler kultur for å klage og kreve. Når det er sagt er det likevel flere ønsker og savn som kommer til uttrykk bare man får "tenkt seg om".

Hva savner vi?

"Mangfold" for flere er ensbetydende med "å ha et godt utvalg av det regionen har å tilby". En god del av deltagerne savner mer og bedre tilgang til lokal produsert mat.

Flere opplever det imidlertid som et paradoks at mat produsert i nærmiljøet ikke er å finne i bu-

tikkene. Det "henger ikke på greip" slik deltagerne ser det. Begrunnelsene for å kjøpe lokal produsert mat er flere. I tillegg til at det rett og slett er litt "bakvendt" å ikke kunne finne den maten som produseres lokalt i butikken, handler det også om ønsket om "kortreist" mat ut i fra et miljøhensyn, ønsket om bedre kvalitet, samt ønsket om å støtte lokale arbeidsplasser.

For andre er det imidlertid mindre viktig hvorvidt maten er lokal, bare den har god kvalitet. Andre igjen er mest opptatt av at maten er norsk.

Flere ønsker også bedre tilgang til økologisk mat til en lavere pris. Interessen for økologisk mat er imidlertid varierende.

Et ønske som går igjen i alle panelene er ønsket om bedre utvalg av norsk frukt som epler og plommer i sesong. Flere spør seg hvordan det kan ha seg at landet "*bugner av frukt*", men at den i liten grad finnes i butikkene. Utvalget av "eksotisk" frukt og grønt er der i mot stort nok for de aller fleste. Men, det er ikke, med unntak av ønsket om mer norsk frukt, primært selve utvalget av frukt og grønt som er problemet - men *kvaliteten*. Panelene taler med en røst når de sier at kvaliteten på frukt og grønt i butikkene er for dårlig. Årsaken tilskrives stemoderlig håndtering og oppbevaring i butikkene. Slik panelene ser det mangler de ansatte i butikkene kunnskap om håndtering og oppbevaring av frukt og grønt. Det skorter også på "omsorg" og "kjærlighet" for produktene mener noen.

Fisk er også et tema i panelene og flere gir uttrykk for et ønske om bedre tilgang og dels bedre kval-

itet (les: ferskere) på fisk. Andre er mest opptatt av pris og mener at til å være et fiskeland", er fersk fisk dyrt i Norge. Større utvalg av sunn ferdigmat samt yoghurt og andre melkeprodukter *uten* tilsatt sukker er andre utpregede ønsker i panelene. Enkelte oppfatter det nærmest som *uetisk* av Tine å tilsette en så stor andel sukker til for eksempel yoghurt, *samtidig* som budskapet er at yoghurt er sunt.

Erfaringer, holdninger og forventninger til alternativ distribusjon

Mesteparten av den maten panelene handler inn til husholdningen kjøpes i dagligvarebutikk. Selv om flere av paneldeltagerne av og til eller sporadisk handler mat fra torg, direkte fra gård, langs veien, fra bil eller båt, innvandrerbutikk, spesialbutikk etc. bruker de færreste slike steder i det daglige. Panelenes erfaringer med kjøp av mat fra alternative salgssteder er i all hovedsak positiv. Særlig oppleves den smaksmessige og estetiske kvaliteten på maten som bedre. Flere mener kvaliteten nærmest automatisk blir høyere når avstanden mellom produsent og forbruker reduseres; jo kortere vei jo bedre kvalitet!

Det forventes stort sett lavere pris på "*kortreist*" mat, mens betalingsvilligheten er høyere for særegne varer eller spesiell kvalitet. "Nye" salgskanaler som "Bondens marked" ønskes velkomne. Initiativet beskrives som "*godt*", "suverent" etc. – et mulig alternativ til kjedebutikkene. Erfaringene blant de som har besøkt markedet (et mindretall) er imidlertid delte. Noen beskriver det som en positiv opplevelse mens andre er mer kritiske; lite utvalg, høy pris og dårlig hygiene er noe

av kritikken. Bondens marked har m.a.o. et forbedringspotensialet. Bondens torg er bra - "overbygde" salgshaller enda bedre! Flere foreslår å opprette salgshaller i "alle" norske byer, etter modell av de overbygde salgshallene på kontinentet. En salgshall vil gi forbrukerne spesialbutikken tilbake, i et "nytt og bedre system". "Alt på ett sted" inkludert fagkunnskap og kompetanse.

Mat skal ses, luktes og kjennes på; kjøp av mat "på" internett er derfor i liten grad interessant mener deltagerne; mat, særlig ikke ferskvarer, kjøpes *ikke* usett. Dessuten oppfattes det som en upersonlig handleform. Flere åpner imidlertid døren "litt på gløtt" for internetthandel dersom man har kjennskap til produsenten og varene på forhånd. Tilliten må være etablert *før* man handler, for eksempel på et marked som Bondens Marked, gårdssalg osv. Andre påpeker at det muligens er liten grunn til å være skeptisk - dersom kundene ikke er fornøyd, kommer de heller ikke tilbake. Dette enkle faktum vil virke skjerpene på produsenten/distributøren hevdes det. Flere ser imidlertid ikke bort i fra at kjøp av mat på internett i visse situasjoner eller faser av livet, kan være et aktuelt alternativ til butikk.

Uansett hvor maten kjøpes er det viktig at den er og oppleves som trygg av forbrukerne. Deltagerne forutsetter at distribusjon av mat på marked, gårdsslag, bil, båt etc er underlagt en form for offentlig tilsyn og kontroll. Men, alternativ produksjon og distribusjon må ikke hindres av et byråkratisk og uhensiktsmessig regelverk.

For øvrig er *tilgjengelighet* essensielt dersom alternative salgskanaler skal "slå an" hos forbrukeren.

Panelene er enige i at utsalgsstedene, være seg torg, marked, gård osv. må være i nærheten av bosted, arbeidssted eller andre daglige gjøremål – ellers vil de i liten grad bli brukt. Samtidig må markedsføringen bli bedre – markedene, gårdsslagene etc. må gjøres kjent blant forbrukerne.

Et fremtidig norsk matvaremarked – noen innspill

Paneldeltagerne er opptatt av at vi skal ha et landbruk i Norge, men at vårt nordlige klima legger en del begrensninger på hva som kan og bør produseres i landet. Norske bønder bør produsere det landet har geografiske og klimatiske forutsetninger for er oppfatningen.: *"Jeg mener at bøndene selv må finne ut hva de er gode til å dyrke og så må de dyrke det som folk vil kjøpe"*. Vi er for eksempel *"gode på"* sau, vilt, ulike typer grønnsaker som gulrøtter, poteter og kålrot, jordbær og melkeprodukter mener deltagerne.

Pris er viktig for mange når de kjøper mat, så også for paneldeltagerne. Men det er få av deltagerne som kun vektlegger pris. Prisen på en vare vurderes nesten alltid i forhold til "noe"; typen vare, kvalitet, "merverdi" (økologisk er for eksempel en merverdi for noen), bruksområde, anledning osv. Den enkeltes økonomiske situasjon har naturligvis også betydning.

I en situasjon hvor norske varer må konkurrere med utenlandske på pris, er det en allmenn oppfatning at få norske vil kunne hevde seg. Hva skal så norsk mat konkurrere på dersom de ikke kan "delta" i konkurransen om pris?

”Norsk” vil i seg selv være et konkurransefortrinn mener flere. Preferanse for norsk mat henger blant annet sammen med at man har bedre kjennskap til norske produkter, til landbruket og til måten landbruket drives på. Dermed har man også en ”bedre kvalitetssikring” som en uttrykker det. Preferansen for det norske henger også sammen med troen på at norsk mat er tryggere, ”renere” og mindre industriell enn mye utenlandsk (les kjøtt); *selv om vi er litt skeptisk til merking som Godt Norsk, så er vi likevel mer skeptisk til utenlandsk kjøtt*. ”Alt” er ikke mye bedre i Norge, verken når det gjelder kvalitet, renhet eller trygghet mener andre; ”Godt norsk” er ikke godt nok for alle. Uansett om maten er norsk eller produsert i andre land, er kvalitet det viktigste er oppfatningen blant flere. Flere mener at norske råvarer i seg selv er utmerkede, men at det er ”noe galt” ”mellom bonden og oss” – og henspeiler dels på samvirkeorganisasjonene dels på kjedene. Det er her mye av kvaliteten forringes og det er *her* noe må endres mener deltagerne.

Skal landbruket i Norge ”overleve” og tilfredstille den norske forbrukeren må det fjerne seg fra det deltagerne beskriver som ”standardisering” og ”anonymisering” av matvarene. For å konkurrere med utenlandsk mat er det viktig å satse på kvalitet, men det er også viktig å satse på en utvikling av et langt større differensiert matvareutvalg. Norsk matvareproduksjon må bort fra det masseproduserte og ”ensrettede”. Oppfatningen om at ”kjøtt er kjøtt”, ”ost er ost”, ”poteter er poteter” osv. preger holdningene både innenfor norsk matvareproduksjon og til dels også blant norske forbrukere mener panelene. Produktene må få tilbake sin identitet gjennom differensiering med

basis i egenskaper som geografisk opprinnelse, naturspesifikke fortrinn, ulike produksjons- og fremstillingsmåter, matlagingstradisjoner etc. I stedet for Parmaskinke foreslås ”Kvinesdalsskinke” - i stedet for Tineprodukter, ”Telemarksost” osv. Oppfordringen fra panelene er å ha ”regionale spesialiteter og nisjer og gå litt mer vekk fra Tine og Gilde”. Panelene understreker imidlertid at produsentene ikke kan sitte ”på hver sin tue”, men må slå seg sammen i nettverk og samarbeide. Her må myndighetene legge til rette og være fleksible.

Bevisstheten om hva som finnes i dag av lokale produkter og nisjemat er varierende blant deltagerne. Noen nevner i fleng, som for eksempel deltagerne i Troms, mens andre må tenke seg om. Flere er usikre på hva som egentlig produseres der man bor og spør seg om man i det hele tatt muligheten til å finne ut av hvor maten i butikken kommer fra? *”Det er vanskelig, for hvor kommer blomkålen fra? Og hvor kommer tomatene fra? Det er norskprodusert, men om det er fra Jæren eller Trøndelag er ikke alltid like lett å vite”*.

Lokalprodusert og økologisk mat inn i butikkene!

Mange i panelene er enige i at det finnes mye ”bra mat”. Problemet er delvis som en sier; *”den kommer ikke ut til oss”*. *”Vi vil ha det der vi faktisk er, hvorfor ikke putte det inn i butikken vi går i hver dag(...)”*. Det hjelper ikke å produsere gode og særegne produkter dersom varene ikke når forbrukeren eller gjøres kjent. Få av deltagerne har tilgang til lokal mat i ”sin” kjedebutikk – tilgjengelighet er likeledes et problem når det gjelder økologisk mat. Til tross for etterspørsel finnes

ikke maten i butikkene – et paradoks mener deltagerne. Skylden ligger for en stor del i kjedenes innkjøpspolitikk og generelle ”konsept” fremholdes det, men også hos produsentene og distribusjonsapparatet. Det faktum at en del økologisk mat ikke havner i butikkhyllene fordi distribusjonen ikke er tilrettelagt oppleves som meningsløst. Produsentene har et ansvar både for å gjøre sine varer kjent gjennom markedsføring og sørge for at varene når forbrukeren. Enkelte foreslår at myndighetene bør ”gripe inn” og gjennom lover og regler ”styre” distribusjonen. Andre mener at dette ikke kan lovreguleres men at myndighetene kan påvirke og legge til rette for økt forbruk og bedre distribusjon.



1 Innledning

1.1 Forbrukerinvolvering på dagsorden

Bakgrunnen for opprettelsen av Matpolitiske forbrukerpaneler er norske myndigheters målsetting om å øke forbrukerrettingen av matvarepolitikken. Myndighetene ønsker å legge større vekt på forbrukernes ønsker, synspunkter og preferanser i matpolitiske spørsmål (jf. Stortingsmelding nr. 19 (1999-2000) og Landbruksdepartementets handlingsplan for forbrukerorientering (2000).

For å øke forbrukerorienteringen i matvarepolitikken har myndighetene sett et behov for å få mer og bedre kunnskap om hva vanlige forbrukere legger vekt på når han/hun handler og spiser mat. Etableringen av Forbrukerpanelene gjør det mulig å føre en kontinuerlig dialog med en gruppe forbrukere over tid og la dem slippe til med sine synspunkter direkte overfor myndighetene.

Målene med å opprette Matpolitiske Forbrukerpaneler er å:

- øke forbrukerrettingen i matvarepolitikken
- øke kunnskapen om forbrukernes meninger og holdninger til mat
- få økt debatt og fokus på forbrukerinteresser på matområdet
- stimulere til aktive, engasjerte og bevisste forbrukere
- skape et fora for meningsutveksling, debatt og økt innflytelse

Målet er ikke bare å øke forståelsen av et fenomen, men fremskaffe informasjon som *direkte* har betydning for myndigheter og andre beslutningstagere.

Panelene overleverer sine synspunkter i form av en rapport direkte til ledelsen i ansvarlig departe-

ment, som igjen forplikter seg til å gi tilbakemelding på hvilken måte synspunktene skal følges opp, eventuelt ikke følges opp. Den første rapporten fra panelene ble overlevert Landbruksminister Lars Sponheim 18. juni 2003 og omhandlet panelenes interesse for ulike typer informasjon om kjøtt. Paneldeltagerne mottok senere et brev fra Landbruksministeren hvor han redegjorde for hva og hvordan hovedkonklusjonene fra panelene ev. skal følges opp fra myndighetenes side.

1.2 Forbrukerinvolvering i andre land

Forbrukerinvolvering er satt på dagsorden i flere andre land, der i blant England.

I kjølvannet av krisene i matvaremarkedet har både myndigheter og forbrukerorganisasjoner i Storbritannia erkjent at forbrukerne i større grad må involveres i matpolitikken. Myndighetsorganet "FSA" (Food Standard Agency) er spesielt opptatt av forbrukerinvolvering og har blant annet etablert en egen forbrukerkomité bestående av representanter for ulike forbrukerorganisasjoner og vanlige forbrukere (lekfolk). Komiteen møtes 4 ganger i året og skal komme med innspill på virksomhetens politikk og arbeid. Det er også minst en forbrukerrepresentant eller lekperson representert i de vitenskapelige komiteene som kommer med råd til FSA.

National Consumer Agency (NCC) som er en interesseorganisasjon for forbrukere har også satt fokus på forbrukerinvolvering. Ett eksempel er "A weekend away for a bigger voice", en workshop som samlet ca. 60 forbrukere i ulike deler av landet til å si sin mening om landbrukets fremtid i

England. Forbrukernes synspunkter ble brukt som innspill til sentrale myndigheter.

Involvering av lekfolk, eller ikke-eksperter er kanskje særlig tatt i bruk i forbindelse med innføring av ny teknologi. Danmark er et pionerland her, men også i Norge er det blitt arrangert såkalte konsensuskonferanser, hvor lekfolk er blitt spurt til råds, der i blant om innføring av genmodifiserte matvarer og holdninger til bruk av moderne teknologi blant eldre. Vi ser også stadig oftere at folk blir tatt med på råd i forskjellige sammenhenger gjennom åpne møter, høringer etc.

1.3 Hvem er med i panelene?

Rekruttering og utvalg

Det er i alt 63 personer med i panelene fordelt på 7 fylker, hhv. Oppland, Oslo/Akershus, Telemark, Vest-Agder, Hordaland, Nord-Trøndelag og Troms. Deltagerne ble rekruttert vinteren 2003 gjennom annonser i lokalpressen, samt via Forbrukerrådets nettside. Forbrukerrådet mottok i alt ca. 360 søknader.

Forutsetningen for å kunne søke var at man måtte være lekperson på matområdet, dvs uten nær tilknytning til matproduksjon, foredling eller distribusjon av mat. Det å drive eget gårdsbruk, oppdrett, inneha en ledende posisjon innenfor foredling eller distribusjon ble i denne sammenheng definert som "nær tilknytning". Personer som hadde lyst til å søke ble bedt om å fortelle litt om seg selv og om motivet for å delta i prosjektet. Ønske om deltagelse ble i hovedsak begrunnet ut i fra en generell interesse for mat og matvarespørsmål

(matlaging, matvaretradisjoner, mat og helse, informasjon om mat, matvarepriser, mat og miljø, dyrevelferd, utvalg og kvalitet, import, kontroll m.m.), og i muligheten til å kunne påvirke og "bli hørt" på et viktig område. Interesse for å diskutere, treffe nye mennesker, delta i noe som ble oppfattet som spennende og nytt var andre argumenter som ble brukt.

Basert på sosiologiske bakgrunnsvariable som kjønn, alder, utdanning og sivilstand ble det plukket ut 9 deltagere til hvert panel, i alt 63 personer fordelt på 31 menn og 32 kvinner (hvert panel er så bredt sammensatt som mulig ut i fra disse faktorene). Utover det ble utvalget satt sammen dels på bakgrunn av kjennskap til deltagerens interesser og engasjement, dels på bakgrunn av alminnelig skjønn. Panelene er således bredt sammensatt med forhåpninger om å speile en del av den variasjon i holdninger og verdier som finnes i befolkningen. Når det er sagt må det understrekes at deltagerne er rekruttert ved selvrekruttering¹, de vil si at de har selv meldt sin interesse for å delta. Det er dermed grunn til å tro at deltagerne må antas å være over gjennomsnittet interessert i mat og matvarepolitikk og muligens også over gjennomsnittet samfunnsengasjert. Resultatene fra den første rapporten tyder imidlertid på at panelenes meninger og synspunkter i stor grad er sammenfallende med resultater fra mer representative studier (f.eks Nordisk Ministerråds rapport "Forbrukernes krav til fødevarermerking og vareinformasjon"). Inntrykket er at mye av det panelene er opptatt av *deles* av store deler av befolkningen – uten at dette på noen måte er representativt, statistisk sett.

¹ Den viktigste begrunnelsen for bruk av selvrekruttering og ikke tilfeldig utrekning i befolkningen er at prosjektets varighet og karakter krever en viss motivasjon og interesse fra deltagerens side.

Deltagerne ble tatt ut for å sitte i panelet i minimum ett, maksimum 3 år. Så langt har deltagerne vært med i panelet i ett år. De har deltatt på en felles samling i Asker i februar 2003, samt to samlinger lokalt, hhv. våren og høsten 2003. Det har vært noe frafall underveis i prosjektet. Enkelte av deltagerne møtte aldri opp til første samling i mars i fjor. Andre meldte frafall pga sykdom eller andre årsaker. To av deltagerne har "meldt seg av" prosjektet av ulike årsaker. Vi har derfor rekruttert noen nye deltagere.

1.4 Diskusjoner i panelene – metodisk tilnærming

Denne rapporten er et resultat av den andre samlingen i panelene lokalt, samtlige (med unntak for Oppland, som ble holdt i november) gjennomført i løpet av 6 uker i september/oktober 2003. Fem av gruppesamtalene foregikk over 2 kvelder á 2-3 timers varighet, to ble holdt i løpet av en dag (ca 4-5 timer). Diskusjonene ble ledet av prosjektleder Ellen Bjørkum i samarbeid med en fra det lokale Forbrukerrådet i de respektive fylker. Diskusjonene ble tatt opp på bånd. Alle deltagerne ble honorert med kr. 500.

Tema for paneldiskusjonene var denne gang synspunkter og meninger om *Fremtidens matvareremarked* i Norge. Diskusjonene berørte blant annet spørsmål om utvalg, kvalitet, pris og distribusjon av mat. Samtalene ble gjennomført som gruppediskusjoner, såkalte fokusgrupper² ledet av prosjektleder i FR. Fokusgrupper som metode innebærer at diskusjonen starter vidt for deretter å snevres inn med *fokus* på ett eller flere spesifikke temaer. Det ble på forhånd laget en samtaleguide (se vedlegg)

som ble fulgt (mer eller mindre) i alle panelene. I slike gruppesamtaler legges det vekt på åpenhet og fleksibilitet. Det er deltagerens definisjoner, opplevelser og oppfatninger som legges til grunn. Den som leder diskusjonen skal kun lede deltagerne *gjennom* diskusjonen, passe på at alle kommer til orde, dempe de ivrigste og passe på at man "holder seg til saken" (gruppelederens egne meninger er uinteressante i denne sammenheng) Innenfor en viss grense gir opplegget rom for å "forfølge" uventede reaksjoner, oppfatninger og temaer som dukker opp underveis. Dette er gjort også her, noe som innebærer at diskusjonene fra panel til panel kan variere noe. Spesielle interesser, eller temaer som tas opp i ett panel er ikke nødvendigvis diskutert i alle paneler.

I tillegg til gruppediskusjoner lokalt har deltagerne besvart et spørreskjema (se vedlegg) som de i etterkant av møtene fikk tilsendt på mail/i posten. Hensikten var å få noe mer systematiske svar på enkelte sentrale spørsmål, samt foreta en form for kvalitetssikring – sikre at alle deltagerne i panelene faktisk fikk komme til orde. Alle har imidlertid ikke svart på skjemaene.

Følgende rapport legger i all hovedsak vekt på å formidle og beskrive deltagerens *ulike* meninger, erfaringer, tanker og holdninger om de spørsmål som er satt på dagsorden. Det er likevel de mest sentrale og de mest typiske trekk som er blitt viet mest plass.

1.5 Om problemstillingene

Panelene gav i sin første rapport uttrykk for til dels sterk kritikk både av de norske samvirkene og av

² Fokusgrupper er en kvalitativ metode som er hyppig brukt i markedsforskning, men som også brukes i såkalt kvalitativ deltagelsesforskning. Fokusgrupper egner seg godt som et fora for diskusjon og debatt, metoden er fleksibel og åpner for mulighet til å eksperimentere med ulike teknikker. Metoden egner seg også godt til å avdekke eventuell konflikt og uenighet deltagerne i mellom.

kjedenes tilnærmede monopol i matvaremarkedet. Landbruksminister Lars Sponheim beskrev kritikken som ”kraftigere enn forventet” og som en ”betydelig systemkritikk”. Ifølge panelene har både samvirkene og kjedene vær på sin måte bidratt til å ”standardisere”, ”anonymisere” og ”forflåte” det norske matvareutvalget. Kjedenes og samvirkene er ”mangfoldets” fiende konkluderte panelene. Den andre ”runden” i panelene ble derfor benyttet til å diskutere mer *konkret* hva slags mat/type mat det er viktig for paneldeltagerne å ha tilgang til og hva de spesifikt savner. Hvordan ser et fremtidig og ideelt matvaremarked ut i panelenes øyne? Temaet ble diskutert via flere problemstillinger.

1)

Hva slags mat er det viktig å finne i norske butikker? Hva slags mat er det deltagerne savner? Hva slags mat kan deltagerne (ev) ønske seg mer av - alternativt mindre av? Hva innebærer et mangfold av mat? Hva er et *viktig og godt* mangfold? Det er *paneldeltagerne* definisjon og opplevelse av utvalg og tilgang til tilbudet av matvarer generelt, men først og fremst spesifikt der de bor som er lagt til grunn for diskusjonen. I den første rapporten fra panelene ble fokus satt spesifikt på kjøtt – kjøtt er derfor i liten grad diskutert i denne omgang. Kjøtt er imidlertid ”med” som en naturlig del av de mer generelle og prinsipielle diskusjonene.

2)

Landbruksminister Lars Sponheim gav også uttrykk for at den kritikken panelene kom med i ”første runde” innebar en utfordring til forbrukerne selv; ”forbrukerne må alliere seg for å finne andre salgskanaler enn de tradisjonelle kjedene” sa Statsråden. I høstens diskusjoner ble derfor

panelene spurt om slags erfaringer og holdinger de har til eksisterende alternative salgskanaler (dvs. alternativ til butikk) og spesifikt hvilke holdninger og forventinger de har til ”nye” salgskanaler så som Bondens marked, salg av mat gjennom internett og gårdssalg.

3)

Til slutt har vi spurt deltagerne om deres tanker og meninger om hva norsk matvareproduksjon bør gjøre i en situasjon med økt konkurranse ”utenfra”. I en priskonkurranse med utenlandske matvarer vil få norske trolig kunne hevde seg. Kort og godt – hva bør norske matvareprodusenter og norsk matvareindustri gjøre for å ”overleve” i fremtiden? Hva skal til for at de skal ”tekke” norske forbrukere?



2 Mangfold eller mangel på mangfold? Om utvalg av mat i Norge

"Vi må kunne velge økologisk mat eller la være å velge økologisk mat. Og vi kan velge yoghurt uten sukker eller med mye sukker. Eller kaffe som er rettferdig eller en annen type kaffe - det må jo være det som er mangfold, at vi faktisk har valgmuligheten" (Deltager Vest-Agder).

"(...) jeg vil gjerne handle lokalt hvis jeg kan det, men jeg vil jo også ha inspirasjon utenfra, så jeg vil jo ha de globale tankene også. Gudbedre meg, flytte til Lillehammer og bare spise norsk tradisjonskost!!
(...)" (Deltager Oppland).

Et mangfold av mat handler ikke om å ha mer (enn i dag) i kvantitativ betydning, men om gode og varierte valgmuligheter. Mangfoldet må være reelt og ikke bare *tilsynelatende*, slik en del paneldeltagere opplever det i dag. Reelle valgmuligheter dreier seg om å kunne velge mellom ulike varer produsert og foredlet på ulikt vis, med bruk av forskjellige råvarer og ingredienser, med ulik opprinnelse og særpreg. Panelene ønsker *faktiske* kvalitetsforskjeller (smak, utseende osv) og varer med ulik betydning for helse og miljø.

Folks preferanser er forskjellige, så også når det gjelder mat og man blir neppe enige om hva som er det "gode mangfold". Flere av deltagerne stiller spørsmålet "trenger vi det"? og peker på at debatten om mangfold reiser både moralske, etiske og miljømessige dilemmaer. Det gode mangfold, handler for majoriteten av paneldeltagerne, først og fremst om å ha et bredt utvalg av *ferskvarer* av god kvalitet, som fisk, kjøtt, frukt og grønnsaker. I hvilken grad man er fornøyd avhenger blant annet av bosted og hva slags type

butikker som finnes i ens nærhet. Savnet av variasjon er større blant deltagerne som bor "på bygda" enn blant de som bor i tettsteder og by. Flere synes også det er vanskelig å skulle konkretisere et savn når man ikke vet hva man skal savne eller har noe reelt alternativ. Noen trekk kan likevel sies å være typiske og gjennomgående i alle panelene:

En god del av deltagerne savner bedre tilgang til lokal produsert mat. Flere ønsker også bedre tilgang til økologisk mat til en lavere pris. En del av deltagerne ønsker et større utvalg av norsk frukt som epler og plommer i sesong. Utvalget av "eksotisk" frukt og grønt er imidlertid stort nok for de fleste. Selve utvalget er imidlertid ikke det største problemet når det gjelder frukt og grønt, men *kvaliteten*. Kvaliteten på frukt og grønt er for dårlig mener panelene. Her er panelene samstemte! Årsaken tilskrives stemoderlig håndtering og oppbevaring i butikkene. Flere gir uttrykk for et ønske om bedre tilgang på fersk fisk. Noen er opptatt av at kvaliteten bør bedres, mens andre er mest opptatt av pris; til å være et fiskeland" er fersk fisk dyrt i Norge! Større utvalg av sunn ferdigmat samt yoghurt og andre melkeprodukter *uten* tilsatt sukker er andre utpregede ønsker i panelene.

2.1 Hva er et mangfold av mat?

"Man behøver ikke åtte forskjellige maisleverandører. Reell variasjon - det er stikk ordet"
(Deltager Oslo/Akershus).

Et mangfold av mat handler om å kunne velge, om å ha valgmuligheter. Det handler om å ha tilgang

til "et bredt spekter av forskjellige typer mat", "noe for enhver smak og til enhver anledning". Slik oppfattes begrepet mangfold.

Panelene skiller gjennomgående mellom det de kaller for et *tilsynelatende* og det de kaller for et *reelt* mangfold. Det som i hovedsak preger utvalget av mat i Norge i dag slik panelene ser det er et *tilsynelatende* mangfold: med preg av "mer av det samme" – snarere enn reelle kvalitetsforskjeller. Den viktigste forskjellen er at det er forskjellig produsent.

"Det jeg opplever med mangfold - hvis du skal snakke om mangfold, må du ha troen på at det er kvalitetsforskjeller. For mangfold for meg er at jeg kan, f.eks. på svin, jeg kan gå i butikken og kjøpe svinekoteletter, og så kan jeg kjøpe fra de frittstående grisene i Østfold (...).Jeg må ha tro på at grisene i Østfold har hatt det bedre og at det smaker bedre og så må jeg være villig til å betale for det.

EB: Det må være en reell kvalitetsforskjell?
*-Ja, jeg må som forbruker ha tro på at det er en kvalitetsforskjell, hvis jeg er sånn som han på Coop, at egg er egg og gris er gris, er mangfold helt uinteressant.
-Det er ikke mangfold når storfekjøtt er kun av samme (Deltager Oppland)*

EB: Hva er variasjon?

"(...) Det du ser i dag, er variasjon i produsent og innpakning, det er liksom der det stort sett ligger og det er ikke reell variasjon, egentlig.

-Vi trenger ikke tjue forskjellige av den samme gulosten, bare at det er forskjellig produsent. Jeg blir provosert av Synnøve Finden (...).

-Du får den samme brunosten uansett hvilket merke det er, det er det som er så slitsomt (Deltager Oslo/Akershus).

*"(...) Masse produkter av samme type, bare med forskjellig produsent. Det trenger vi ikke (Deltager Troms)
" Mange supermarkeder tilbyr ofte mer av det*

samme i forhold til en liten butikk. To hyllemeter med 'mer av det samme' betyr ikke større utvalg" (Deltager Hordaland)

"(...) At det var en barneyoghurt som var tilsatt friskt eple og litt fruktsukker. Vi vil ikke ha et ensrettet mangfold, vi vil ha et reelt mangfold. Det er stor forskjell på det" (Deltager Vest-Agder).

Et reelt mangfold dreier seg om å kunne velge mellom produkter produsert på ulikt vis, med forskjellige råvarer og ingredienser, med ulik opprinnelse og særpreg hvor det oppleves *faktiske* forskjeller i smak og andre aspekter ved maten relatert til kvalitet, pris og helse og miljø.

Flere, særlig blant de "godt voksne" og eldre, stiller seg også spørsmålet "trenger vi det"? Blir vi lykkeligere av et større mangfold?

"(...) Hvor mange varianter av hvit asparges tåler jeg å vurdere før jeg velger (...)? Hvor stort utvalg trenger man egentlig for å være tilfreds"?(Deltager Oslo/Akershus)

"Det er en illusjon å tro at vi blir mer lykkelig om vi får et større utvalg. Hva betyr det om vi har åtte, ti eller tolv typer toalettpapir å velge i? Hva betyr det for vår velferd og vårt forgodtbefinnende? Trenger vi så mange typer epler?(Deltager Troms).

"(...) Har jeg bruk for tyve forskjellige yoghurtsmaker, eller er det unødvendig luksus? Er det der variasjonene skal ligge?

Noen peker på at utvalget også kan bli for stort, som for eksempel hos Ultra eller store supermarkeder i utlandet. Vareutvalget er så "enormt" og inneholder så mye "spesielt" at en ikke vet hva

en skal velge. Valgmulighetene blir belastende snarere enn berikende:

"Vi tar toget til Trondheim eller kjører selv, der har vi Ultra. Er litt nysgjerrig, det er jo en drøm å gå der...det er masse.

EB: Hva er så bra med Ultra?

-Det er så mye av alt mulig, kanskje 25 typer tannpasta, det meste er ferskvarer(..). Men jeg vet ikke om jeg ville blitt kunde der om vi hadde hatt det her, men det er litt all right å se....

EB: Hvorfor ville du ikke vært kunde der da?

-Neeeee...den brøddisken..... alt blir for vanskelig. Hvis du skulle ha en kake, ville du ikke visst hva du skulle ta.

-Det er for stort, utvalget er for stort (...).

EB: Vet man ikke helt hva man er ute etter?

-Det kan være, men samtidig så tror jeg det blir en smertegrense på hvor mye jeg skal ta stilling til av mat og alt annet.

EB: Hva gjør at det blir for mye? I forhold til hva?

-Det blir så veldig mye utgaver av samme varer, det blir som å gå i Vinterpalasset i Russland, det er så mye gull i rommene der at du blir kvalm, det blir altfor....

-For meg føles det som vi lever i en fokusert verden der du skal ta stilling til ting hele tiden, og i tillegg skal det være komplisert med matlaging. For meg handler det om å vende tilbake til det enkle, greie, naturlige i stedet for kompliserte, utenlandske retter der man må fly rundt på ørten butikker for å få tak i sitronmelisse. For meg handler det om å ikke få det til å bli så komplisert, å ha ti hyllemeter med samme produkt, det trenger jeg ikke, det er nok som er komplisert her i verden (...)

"Jeg aner ikke hva jeg skal ta, skal bare ha en boks sopp, trenger ikke tyve stykker"

(Deltager Nord-Trøndelag)

Diskusjonen over er illustrerende for hva en rekke av deltagerne mener. Det er ønskelig med et bredt utvalg, men utvalget kan også bli for stort, med for mange produkter og for mange utgaver av samme vare. Det er mye å ta stilling til og flere lengter tilbake til det enkle og ukompliserte.

2.2 Mangfold av mat - noen dilemmaer

Spørsmålet; "trenger vi det" - stilles ikke bare i lys av valgets "kval", men også i lys av tanker og refleksjoner omkring etikk, moral og ressursutnyttelse. Før vi går videre og ser på hva deltagerne mener de trenger, ønsker og savner når det gjelder mat skal vi se på noen dilemmaer knyttet til temaet "mangfold".

Flere av deltagerne gir uttrykk for et generelt ubehag bare ved å skulle diskutere spørsmål om utvalg og mangfold. Det oppleves "ekkelig", "grotesk" og "absurd".

"Det å diskutere utvalg..... vi har utvalg som er større en stort, jeg føler det litt ekkelt noen ganger. Vi skal liksom kreve ditt og kreve datt, skal ha tjue forskjellige kaffesorter og sånn.. Det er noe som jeg innerst inne på en måte....det blir en verden som er veldig eksklusiv og veldig sprøtt egentlig, å diskutere utvalg.... Ja, vi har egentlig nok med hverdagsmaten, vi trenger ikke hundre ostersorter, det blir på en måte helt grotesk" (Deltager Nord-Trøndelag).

Flere spør seg om det etisk sett er riktig at vi i den rike delen av verden skal kunne velge ut i fra en nærmest ubegrenset overflod av mat, mens store deler av verdens befolkning sulter. Å skulle velge mellom 15 forskjellige glass med asparges oppleves absurd.

"(...) er det riktig at jeg skal se på 15 forskjellige glass med asparges og velge ett av dem mens barna i Afrika sulter? For å banalisere det litt, det er grunnleggende ting som melder seg. -Jeg tenkte på det sist, følte at det kanskje ble litt borte. Vi ble sånn, vi skal ha det og det og... hvorfor skal vi kreve alt det her? Selvfølgelig skal man ha en minstestandard, men er enig med deg i at det går en grense" (Deltagere Oslo/Akershus).

Ønsket om å kunne velge mat fra alle verdenshjørner er også et dilemma i forhold til miljø. Transport av mat over lange avstander utgjør et betydelig forurensningsproblem mener flere. Kanskje vi, som en sier kan "leve helt godt i Norge uten stjernefrukt(...)?"

"Mangfold er jo et miljøproblem, i og med at vi må importere så mye mat til Norge. Så å ta inn frukt og eksotiske ting fra all verdens hjørner til Norge...

-Hvorfor er det et problem?

-Jo, fordi det går jo masse flybensin og så videre...

-Eksos, miljø...

-Hvis vi hadde spist det som naturlig vokste her...

-Men det er det samme som å si at vi kan ikke ha pepper på maten.

-Det er ikke det at jeg ikke vil ha det, men det ligger et miljøproblem i at vi skal ha stjernefrukt og papaya og mango osv., frukt som vi aldri har hatt her før, som skal transporteres til Norge. Men jeg sier ikke at jeg ikke vil ha det.

-Hvis du lar være å kjøpe de produktene, kan det være at veldig mange folk mister arbeidsplassene sine.

-Ja, men det var snakk om miljøproblem, og det er faktisk et miljøproblem at det kjøres tonnevis med mat rundt om i verden, som vi for så vidt ikke trenger for å overleve (Deltagere Vest-Agder).

Flere av deltagerne stiller spørsmål om ikke et stort mangfold av mat også bidrar til at det kastes mer mat både i butikkene og i de private husholdningene. Det refereres blant annet til et TV-program som høsten 2003 satte søkelyset på omfanget av "kast av mat" i Norge. Flere mener dette både er et etisk og et miljømessig problem. Samtidig strider det mot det godt innarbeidede nøysomhetsidealet som flere, særlig de noe eldre er vokst opp med.

"Man kan lure på hva som blir solgt da det er så store mengder. Det er noen butikker som har mye av den samme varen, og jeg lurer litt på hvorfor de gjør det (...). Hvis det er et virkemiddel for å gjøre det lett å kjøpe, kan det medføre at mye blir kastet, for det blir jo kastet mye, sier de.

-Kaster Ultra mer enn Rimi f eks?

-Vet ikke" (Deltagere Oslo/Akershus)

"Når du kommer i butikker med det kjempeutvalget, og ting som har en relativt kort holdbarhet... hvor mye må dumpes av det som går ut på dato. Hvor mye vil det fordyre de andre varene?" (Deltager Hordaland)

"jeg tenker på disse innvandrerbbutikkene, alle disse ulike grønnsakene, mangfoldet der - vi har jo ikke kunnskap nok til å bruke alt det som finnes og hva skjer da med det? Det blir kastet. Det er nesten et miljøproblem, at vi har for mye(...).

-Men det er et volumproblem, ikke mangfoldproblem. (Deltagere Vest-Agder)

"(...)Det er flere ledd som er blitt borte, jeg vokste opp her i Oslo og var i butikken og handlet. Vi fikk

rester, det hendte at melken ble sur da vi ikke hadde kjøleskap. Da hadde vi en bøtte til matavfall og en bøtte til hermetikkbokser og papir. Og den matavfallsbøtta, vi kunne ta den med selv og gå fire minutter bort i veien, hvor de hadde et griseoppdretteri, og levere den i porten der (...) det var en gjennomført syklus (...). Nå får vi ikke lov til å gi til grisene, men grisene da var utmerkede de.
-I storproduksjon er det en del adferd som er blitt borte og som var fornuftig. (Deltagere Oslo/Akershus)

Noen av de eldre peker på at maten var en del av en større syklus "før i tiden" og peker på flere eksempler på "fornuftig" atferd som i moderne drift ikke lenger er tillatt.

Et ytterligere "problem" slik flere ser det er at dagens regler for datomerking med relativ kort holdbarhet, fratrukker forbrukeren evnen og kunnskapen til å vurdere matens holdbarhet selv. Dette fører igjen til at mye bra mat kastes. Mange verken tør eller vet hvordan de skal vurdere maten selv, men stoler "blindt" på merkingen:

"Problemet er at de tar bort muligheten til forbrukeren til å bestemme, vi blir overbeskyttet, vi tenker ikke selv. Italia har de ikke det problemet, du kjøper kjøtt og merker om det er dårlig eller ikke".
(Deltager Oslo/Akershus)

*"Jeg har venner som får panikk hvis melken har gått ut på dato, men H melk eller skummet melk holder seg i hvert fall en uke etterpå. Det går en liter i vasken hvis datoen gikk ut i går, liksom, og det er ikke snakk om å sjekke, bare kjør den ut. Veldig mange har angst for datostemplinga, og kaster derfor mye.
(..) Når det står best før, betyr ikke det at maten er*

ødelagt når datoen kommer.

*-Og hvordan vet man at melken er gammel? Vet alle det? Hvordan vet man hvordan man skal finne ut om melken er gammel, eller om en kjøttkake.... den gassen som gjør at det faktisk ikke lukter godt, altså. Jeg føler meg ikke trygg på at jeg klarer å lukte om kjøttdeig er dårlig, rett og slett.
-Vi er blitt fratatt muligheten til å bestemme selv, mat er ikke lenger en levende vare, det er bare et produkt" (Deltagere Oslo/Akershus).*

"(...)Det som mor og lokalkjøpmannen representerte i gamle dager, var nettopp kunnskapen om hvor skinkesteken hadde vandret og når den hadde vandret før den kom på kjøkkenbordet. Hvis man kunne få en kombinasjon av opprinnelses sporing samtidig som forbrukeren på et eller annet vis blir innpodet kunnskap om at kjøtt er friskt så og så lenge" (Deltagere Oslo/Akershus).

Til tross for disse dilemmaene er det jo ikke slik deltagerne ikke ønsker mangfold. De fleste vil ha muligheten til å velge "eksotisk" frukt og grønt og "vanlig" frukt som appelsiner og bananer. Det er jo også mye mat vi ikke dyrker selv og som vi "må" importere. Men flere mener likevel at det er viktig å reflektere over slike dilemmaer. Flere av deltagerne ser også verdien av eget bidrag i denne sammenheng og ønsker således å kunne kjøpe økologisk mat, "kortreist" mat eller mat med garantier om "rettferdig handel" (et par stykker).

2.3 Fornøyd?

Spørsmålet; "er vi fornøyd" med det utvalget av mat vi har i Norge besvarer deltagerne med et

tja....det kommer an på. De færreste sprudler av begeistring eller blir salige i blikket av å snakke om utvalg av mat i Norge. Det råder på en måte en avdempet, kanskje en noe resignert stemning når temaet "utvalg av mat i Norge" settes på dagsorden. Konklusjonen må bli at panelene er "sånn passe fornøyd". I hvilken grad den enkelte er fornøyd kommer blant annet an på hvor man bor; om det er i by eller tettsted, eller om man bor "på bygda". Det kommer også an på om nærbutikken er "smal" eller "bred" og det kommer an på individuelle preferanser og forventninger. En oppfatning som råder blant mange er at norske forbrukere er fornøyd med lite og mangler kultur for å klage og kreve (jf rapport nr. 1). Det gis også uttrykk for at det er vanskelig å snakke om savn av "noe" når man ikke har et sammenligningsgrunnlag eller faktiske alternativer.

...i "lykkelig" uvitenhet – vaner og tilpasningsdyktighet

Flere av deltagerne poengterer at man venner seg til og tilpasser seg det utvalget som finnes i butikkene.

"Vi bor i Oslo og har for så vidt...."

-Vi er altfor vant til å ha det sånn vi er vant til.

-Vi savner det jo ikke før vi har smakt det og ikke finner det igjen". (Deltagere Oslo/Akershus)

"(...) men man blir vant til å handle i norske butikker og jeg forholder meg greit til det (Deltager Oslo/Akershus)

(...) Det er slik i Norge at vi knapt vet hva grønnsaker er, for vi har aldri smakt det, vi må jo vite at gulrøtter og agurker og tomater faktisk har smak, originalt fra naturens side. Men da vi aldri har smakt

ordentlig vare, har vi ingen forventninger, vet ikke hva kvalitet er (...) (Deltager Telemark)

Noen mener, som deltageren over at vi ikke lenger vet hva som er bra mat (jf også rapport nr. 1). Når man ikke vet hvordan gulrøtter og poteter skal smake har man heller ingen forventninger. For øvrig er det som flere poengterer - vanskelig å savne noe man ikke vet hva er. Når man ikke har noe sammenligningsgrunnlag er det vanskelig å skulle konkretisere et savn:

"Grunnen til at vi ikke er misfornøyd, er at vi ikke har et alternativ.

-Vi vet ikke hva vi går glipp av.

-Nemlig, viktig poeng(...)

(Deltagere Hordaland)

"Vi finner alltid nok til å overleve, ikke sant....(latter) Jeg ser når jeg reiser til utlandet, hvordan de fråtser i god mat av forskjellige slag og fine produkter som du kanskje ikke finner her, men likevel finner du alltid noe her så du kan spise deg mett.

-Det er jo også det at du vet ikke om noe bedre hvis du ikke har alternativer, du har ikke noe å måle det med.

-Og så er vi tilpasningsdyktige, vi tilpasser oss det miljøet vi lever i. (Deltager Hordaland)

... hvis man sammenligner...

Folks forventninger justeres etter de muligheter man har samtidig som man tilpasser seg. En god del av deltagerne har imidlertid reist eller bodd i andre land og har erfaringer med andre lands matvareutvalg. Det er særlig når man begynner å sammenligne at misnøyen kommer til uttrykk. Enkelte av deltagerne er selv vokst opp i andre

land, eller er gift med utlendinger. Disse beskriver norske butikker som "kjedelige" og "lite inspirerende". I Norge får man tak i "det man trenger", men det ofte en mangel på "impulser" og "inspirasjon". "Alt" smaker likt og det er "ingen vilje til å ta inn noe nytt" fremholdes det.

"Jeg handler i mange butikker, pluss i Sverige. Det jeg reagerer mest på med å handle i Norge, er at mitt inntrykk er at selv om vareutvalget er stort, synes jeg det er for lite hele tiden. Om man kjøper lapskaus, er det to, tre merker, men ingen variasjon på dem. Spiser du den ene, smaker den omtrent som den andre. Ost, det er så lite variasjoner, selv på Meny" (Deltager Oslo/Akershus) .

"(...)Som svensk elsker jeg røkt skinke. Da jeg kom til Norge, fantes det nesten ikke, jeg sprang rundt og lette i Oslo. Til slutt fant jeg en liten, lokal butikk som hadde det, men den tok slutt (...). Nå finnes det røkt skinke igjen har jeg sett, men det finnes bare en sort".

"(...) Det er kjedelig, helt enkelt. Jeg har vært i USA og Frankrike og England og tittet, og når man går inn der, i hvilken småhule som helst, finnes det veldig mye. Her går man i en liten butikk og det finnes ingen ting. Ingen vilje til å ta inn nytt, folk vil jo ha det når de bare får se det

EB: Hva er kjedelig? Beskriv kjedelig mat.

"Ikke kjedelig i seg selv, men det som er kjedelig, er at om du går i en butikk, uansett hvilken, får du se samme utvalg av varer, mer eller mindre (Deltagere Oslo/Akershus)

(...) Hvis vi sammenligner oss med f.eks Frankrike, har vi ikke mangfold i det hele tatt. -Mangfold er selvfølgelig luksus, men noe som veldig mange har

lyst på. Sånn som i helgene...vi spiser kneipp hele uka. -Jeg forstår tanken (..) (Deltagere Vest-Agder)

"Jeg er gift med ei fra utlandet, og hun har voldsomt masse å klage på. Hun ringte meg før jeg gikk fra jobben og jeg noterte ned. Både lyst og mørkt brød smaker likt og er kjedelig. Kalkunbryst er vondt å få tak i og voldsomt dyrt. Mange av skinkene er kjedelige, vandedryppende og alle smaker likt, om det er familieskinke eller økonomiskinke. Saft, pølse, yoghurt, oster, voldsomt lite utvalg, kastanjenøtter....og sånn som te i løs vekt, økologisk mat(...)" (Deltager Hordaland)

Flere (kanskje de fleste) av deltagerne kan på ett vises å være fornøyd med utvalget av mat. Som en av deltagerne uttrykker det: "man kan jo ikke gå rundt å være misfornøyd hele tiden". Man får tak i den maten man "trenger", man tilpasser seg og vet ikke helt hva man skal savne når alternativene mangler. Når det er sagt er det store forskjeller deltagerne i mellom – blant annet avhengig av hvor man bor.

Bygd og by - fra "ingenting" til "det meste"

"Vi er glad at vi har en butikk, så om det er litt gammelt, må vi ta det med godt humør (...) (Deltager Nord-Trøndelag)"

De av deltagerne som er mest fornøyd er de som bor i byer eller større tettsteder. Hvorvidt man bor i by eller bygd går til en viss grad på tvers av panelene, muligens med unntak for deltagerne i Oslo og Bergen – her bor de fleste nokså sentralt. I de øvrige panelene finnes det både deltagere som bor i eller i nærheten av byer eller større tettsteder, og deltagere som bor "på bygda". Deltagere

som bor i by eller større tettsteder er generelt mer fornøyd enn de som bor "på bygda". "På bygda" har man en langt mindre utvalg av butikker og et langt mindre utvalg i de butikkene som finnes. Folk på bygda savner variasjon i matvareutvalget. Noen eksempler:

"Det er forskjell på dem som bor i tettbygd strøk og oss som bor ute i periferien, vi har ikke noe sjanse, vi må ta det de har. Det er ni mil fra meg og inn til Steinkjer. De fleste folk kjører inn til Steinkjer et par ganger i uka og handler inn for å få litt variasjon i utvalg. Vi har kun en Megabutikk ute hos oss".(...)

-(...) i Trondheim har du alt..

-Ja, i Stjørdal også.

-Vi har jo et utvalg, men det er sjelden det skiftes ut noe. Det går på de påleggsortene de har hatt i fem år. Skal du ha fersk champignon, har de det kanskje i en dag eller to, og så den dagen du skal ha det så mangler de det!

-Da må vi kjøre til Steinkjer...

-Ni mil for fersk champignon...

-Det er variasjonen jeg savner i vareutvalget. (...)

"Hvis du skal lage et gourmetmåltid og følger en oppskrift og finne spesielle ting, da er det vanskelig...

-Da må vi improvisere, gå ut...

(Deltagere Nord-Trøndelag)

"Nå er det ikke samme utvalget på Prix i Nordkjosbotn som på Prix i Tromsdalen, det er kun i Tromsø at de har bra utvalg.

EB: Snakk ut fra tilgangen dere har der dere bor.

-Jeg har jo ingenting hjemme.

EB: Hva er det du ikke har?

-Jeg har lang vei til butikken, den ligger femten kilometer fra meg. Og jeg jobber i Tromsø. Hvis jeg skal benytte lokalbutikken, er den stengt når jeg

kjører om morgenen på jobb og den er stengt når jeg kommer hjem. Man tar ikke hensyn til at man jobber til klokka fire.

EB: Hva gjør du da?

-Jeg handler i byen og mange kiosker som selger melk og brød.

EB: Hvis du hadde rukket å komme i din lokalbutikk, hvilke varer ville du funnet der?

-De vanlige varene, utvalget ville vært veldig begrenset. To typer hvit ost og to typer brun ost og vanlig melk og tørrvarer og hermetikk (...). Det er frukt, men ikke kjøtt. Alt er ferdig innpakket. Man får ikke ferskvare der. Det nærmeste er Lyngseidet, og det er tre og en halv mil, for å få tak i fersk fisk eller kjøtt (Deltagere Troms)

Flere av de som bor på bygda opplever å ha et begrenset vareutvalg. Utvalget av ferskvarer er smalt og forsyningen er ujevn. Og ofte stenger butikkene tidlig. På den annen side har de som bor på landet en helt annen tilgang til råvarene direkte, noen jakter selv eller har tilgang til vilt på andre måter, man plukker sopp og bær, fisker, kjøper direkte av bonden, eller får mat av naboer, venner og bekjente.

Deltagere som bor i byer eller større tettsteder gir uttrykk for at de alt i alt har lite å klage på. Summen av alle de ulike typene kjedebutikker og spesialbutikkene gjør at man samlet sett har et relativt stort utvalg av mat etter fleres oppfatning. Dersom man er villig til å "forflytte seg litt" får man tak i den maten man vil ha. Graden av fornøydhet blant deltagerne varierer også avhengig av typen matvarebutikk innenfor "handleradius". For en god del av deltagerne er utvalget "bra nok" og "mer enn nok". Noen eksempler:

"(...)utvalget generelt tror jeg ikke er dårlig, sett bort fra enkelte kjeder som reklamerer med at vi har bare 140 varer og de er billige. Men legg sammen alle butikkene eller nøye deg med Maxi eller Ultra - der er det i og for seg et utvalg som er mer enn stort nok (Deltager Oslo/Akershus).

"(...) Det er en kjempefordel for oss som bor i nærheten av en by, at der har du mangfoldet av butikker så der kan du nå mange forskjellige butikker med forskjellig utvalg uten bruke mye tid. Mens bor du utenfor og må til en nærbutikk...(...)" (Deltager Oppland).

"Mega har en veldig fin kjøttdisk, mange meter, lekkert. Vil du ha et magert stykke? Du får det, de er flinke. Og ferdigprodukter, varme koteletter og kylling. Rema 1000 er dårligst, men Rimi er flinke i kjøttdisken, lager kjøttdeig selv. Det står på plakaten at det er norsk (...).

-Stort sett er det ikke mye jeg savner i den lokale Mega butikken her(...)

-Jeg koser meg når jeg kommer til Mega på lørdag, de har ferskvaredisk med kjøtt og fisk og ost, og de har mye varer. Det er bra nok (Deltager Nord-Trøndelag).

EB: Er dere fornøyd med utvalget av mat der dere handler?

"Det spørres hva du mener med "der du handler", for det som jeg har opplevd når det gjelder handling, er at jeg må forflytte meg litt, må reise på ulike plasser for å få ulike varer. Det er ikke en butikk som jeg finner alt i. De dagligdagse varene handler jeg hos Prix, og ellers hvis jeg skal ha noe spesielt som fisk og skalldyr, reiser jeg til spesialforretninger. Hvis det er en spesiell type hermetikk, så er det Eurospar (...). jeg tak i det jeg trenger, og jeg synes faktisk det er greit at det er sånn, at det ikke er lagt opp til at alle

butikker er.... det er med på å skape et mangfold og kanskje med på å heve kvaliteten at det er spesialforretninger. Der har de mer kvalitet enn de større butikkene" (Deltager Troms).

Det er imidlertid ikke alle, særlig ikke de med barn i husholdningen, som synes de har tid, eller prioriterer å bruke tid på å kjøre fra butikk til butikk for å handle mat. I tillegg krever det innsats og "research" å holde seg orientert seg i markedet. Mange av deltagerne handler derfor i den butikken som er mest tilgjengelig i det daglige. Det blir et kompromiss mellom ulike hensyn hvor det som er mest praktisk ofte blir overordnet.

"(...) Jeg tror mye av det handler om tid og den situasjonen folk er i. En ting er å ha tid til å reise fra sted til sted, en annen ting er å ha tid til å opprettholde oversikten, hvor får du tak i hva? Hvis du skal kjøpe kjøtt, skal du kjøpe det på Toten eller Stange? Det er en research som skal gjøres på forhånd, hvis man ikke får det i slekta som jeg gjør.

"(...)ser at den tidsklemma som vi har vært i, har gjort at man nettopp stuper innom butikken og kjøper noe, enda vi er nok flinkere enn gjennomsnittet (...)" (Deltager Oppland).

"(...) det er jo et kompromiss på tidsklemme og økonomi og lettvinhet. Hva man vil bruke livet sitt til. Jeg tenker også at det er en del justeringer, på krava f.eks tilpasse seg sånn som miljøet er rundt meg (...)" (Deltager Oppland)

2.4 Hva man trenger, ønsker og savner

"(...) Det er kanskje ikke det at vi må ha sinnsykt bugnende supermarkeder, så mye mat at vi

går oss vill. Men det er snakk om at man får den maten man vil ha. For meg kunne de godt kutte ut halvparten, kunne erstatte det med noe annet. Ikke at jeg trenger mer, men en del ting jeg ikke trenger og andre ting som...(...) (Deltager Oslo/Akershus) .

Hva man trenger og ikke trenger, hva man ønsker eller ikke ønsker, savner eller ikke savner går som en rød tråd gjennom diskusjonene i de 7 panelene. En del er fornøyd, noen mellomfornøyd og andre misfornøyd med det matvaretilbudet som finnes i dag. Folks preferanser er forskjellige, så også når det gjelder mat – og som deltageren fra Oppland sier; *”Jeg tror aldri samfunnet vil bli slik at vi blir enige om hva er et godt mangfold”*.

Noen er fornøyd med ”kjøtt fra Gilde” andre vil ha *”godt modnet biff fra Argentina”* eller kunne velge mellom *”sju forskjellige kvaliteter på koteletter og ytrefilet av svin” (Det var 5 % fett, 10 % fett, 15 % fett, det var av sugge, det var av unggris osv.)* – noen er ikke opptatt av mangfold i det hele tatt, så lenge det smaker bra og ikke koster for mye. Et par av deltagerne har barn med matallergi og savner for eksempel flere lactosefrie produkter, økt bruk av alternative ingredienser (potetmel i stedet for hvetemel, vann i stedet for tørrmelk m.m.) samt bedre og mer spesifisert merking.

Til tross for forskjeller deltagerne i mellom er det imidlertid noen trekk som kan sies å være gjennomgående i alle panelene. Vi skal presentere disse i det følgende.

2.4.1 Mer ferskvarer og mindre ”ferdigmat”

”Mangfold av mat for meg innebærer at jeg får tak i fersk fisk, grønnsaker og kjøtt som ser fristende ut (...) (Deltager Oslo/Akershus)

For majoriteten av deltagerne er et godt mangfold først og fremst knyttet til utvalget av ferskvarer som fisk, kjøtt, frukt og grønt. Fersk mat, som både ser godt ut og smaker godt er essensielt. Flere etterlyser større variasjoner (og bedre tilgang) på dette området:

”(...) jeg mener at det er viktig med god tilgang på fersk mat, god mat og delikat mat (...)” (Deltager Hordaland)

”(...) Mye av variasjonen i maten står man for selv når man tilbereder den. Har jeg bruk for tyve forskjellige yoghurtmaker, eller er det unødvendig luksus? Er det der variasjonene skal ligge? Der det ikke er variasjoner, eller er lite, er på ferskvarer, fisk og kjøtt (...)” (Deltager Oslo/Akershus).

”Det viktigste for meg er et bredt utvalg i rene produkter innen kategoriene grønnsaker, kjøtt, fisk og frukt – der er det lite mange steder” (...). Da tenker jeg ost også. Jeg vil at det som skal være, skal, smake godt og se godt ut. Det kunne jeg tenkt meg også (Deltagere Telemark).

”Jeg vil ha valgmulighetene (...) jeg vil ha bredt utvalg av ferskvarer og friske grønnsaker og frukt. Og så behøver jeg ikke så mye bearbejdede varer. Som frosne grønnsaker og hermetikk og brus og alt sånn” (Deltager Telemark)

”(...) der det ikke er variasjoner, eller er lite, er på ferskvarer - fisk og kjøtt” (Deltager Oslo/Akershus).

Samtidig mener flere at mye av de høyt bearbejdede produktene, blandingsprodukter, poseblandinger etc. gjerne kan fjernes fra butikkhyl-

lene. Inntrykket er at dette kanskje i noe større grad er et ønske blant de eldre og "godt voksne" deltagerne. Flere poengterer at man selv står for variasjonen hjemme på eget kjøkken. Utviklingen mot et stadig større utvalg av bearbejdede varer fører til at man får et "fattig" forhold til mat men er noen. Unge mennesker lærer ikke lenger å lage mat (se også rapport nr. 1).

"Er litt gammeldags - jeg trenger ikke all verdens variasjon. Trenger ikke å velge mellom ti forskjellige frossengrønnsaker og ti forskjellige frossenpizza, og tjue hermetikkbokser. For meg holder det å ha to, tre av hvert slag, og så kan jeg sette det sammen selv og lage det selv - sånn tenker jeg".

EB: Er det ferskvarer du vil ha mest av?

-(...) Men nå har vi en større forretning, med større utvalg, men dårligere kvalitet. Det er liksom utviklinga. (Deltagere Telemark).

"(..)Jeg synes det er kommet mer og mer helfabrikata. Nå lager jeg det meste fra bunnen av, kanskje derfor jeg tenker over det. Men jeg synes det er rart at det er behov for det. Sånne sauser og geleer og kakeblandinger og melblandinger.

-Vi kan jo ikke spise mer enn vi spiser i Norge, vi spiser jo egentlig mer enn vi skal, og derfor kan de liksom skru opp prisen hvis det er sukker og kakao og mel oppi, så du kan lage brownies, i stedet for at vi kjøper det hver for seg (...) (Deltagere Vest-Agder)

"Noe som jeg er skeptisk til, og som vi skulle hatt mindre av, er sånne blandingsprodukter som gjør at folk blir eller mindre kritiske til både kvalitet og hva det inneholder. Typisk eksempel er ferdig frosne hamburgere, og Pizza Grandiosa (...)

EB: Hva er galt med det?

-Fordi da får du et veldig fattig forhold til mat. Det som er faren med ferdigproduktene, er at du mister noe av handlefriheten til å kjøpe forskjellige ting (...) (Vest-Agder)

-Jeg vil ha valgmulighetene (...).et bredt utvalg av ferskvarer og friske grønnsaker og frukt. Og så behøver jeg ikke så mye bearbejdede varer. Som frosne grønnsaker og hermetikk og brus og alt sånn.

-Ungdommen lærer ikke å lage mat i dag, for alt du får, er ferdig. Og det er jo galt, egentlig, at de skal vokse opp og ikke vite hvordan man lager noen ting.

-Det står på pakka...nei da..

-Ja, nemlig.

EB: Andre ting dere vil fjerne fra hyllene som dere ikke trenger?

"Jeg synes det er kommet mer og mer helfabrikata. Nå lager jeg det meste fra bunnen av, kanskje derfor jeg tenker over det. Men jeg synes det er rart at det er behov for det. -Sånne sauser og geleer og kakeblandinger og melblandinger (Deltagere Telemark)

....men gjerne mer sunn ferdigmat....

Det finnes allerede nok "ferdigmat" som pizza, hamburgere, frossenvarer, halv- og helfabrikata i butikkhyllene mener panelene. Flere butikkhyller bør fylles med ferskvarer! Noen av de yngre deltagerne gir imidlertid uttrykk for et ønske om bedre utvalg av ernæringsmessig sunn ferdigmat, både i butikk og som "håndmat" på vei mellom ulike aktiviteter. Særlig et par av de yngre jentene i Oslopanelet er opptatt av dette. De er i en livssituasjon som ikke er forenelig med rutinemessige middager hjemme. De sunne alternativene er få og dyre mener de.

"Det er litt problemer, hvis man skal kjøpe maten ferdig over disk, få middagen i hånda, at de sunne alternativene er veldig få og når de er der, er de virkelig dyre. Jeg vet ikke om en eneste salatbar i hele Oslo, men kanskje jeg ikke har sjekket nok? (...) Og Subway er veldig dyrt. Det ligger et i Byporten, får pizza og spaghetti, men det er ikke ekstremt bra (...) der jeg lever er det nesten umulig å få noe som er sunt, det er kebab eller burger eller...
-Jeg er over den alderen der, kan ikke uttale meg.
-Ikke jeg heller" (Deltagere Oslo/Akershus).

"Tar man noe i hånda, er det Mc Donalds, på en måte. Jeg lever ikke et slikt liv at jeg alltid er hjemme og lager middag, jeg tar ofte noe sånt, og jeg synes Mc Doanlds er forferdelig. Men hva skal man gjøre? Tar man en pølse, spise ingenting, eller spise en tørr baguett fra Rimi.
EB: Vi trenger et alternativ til rask håndmat?
-Som har god ernæring, og ikke bare pølser og fett (...)
(Deltagere Oslo/Akershus)

Sunne alternativer til pølse, kebab og hamburger etterlyses av de unge jentene. Samtidig etterlyser et par andre et bedre utvalg av ferdigmat av det tradisjonelle norske slaget, for eksempel kjøttkaker, lapskaus, fârikål, potetball og bacalao. Dette er mat som oppleves som tidkrevende å lage og i en travel hverdag foretrekkes raske middagsretter. "Mors" kjøttkaker på boks smaker ikke spesielt godt, men spørsmålet er om "Fjordland" kan erstatte "mors kjøttkaker":

"Det jeg savner når jeg skal ut og kjøpe norsk mat... da jeg var på Vestlandet fikk jeg noe som het potetball, men det går ikke an å kjøpe det.
-Nei, det må lages.

-Har sett det et sted i en pose.
-Potetball får du i ti forskjellige variasjoner, avhengig av hvor du er hen.
-Salt fårekjøtt, f eks., fant jeg etter mange år jeg på Grünerløkka (...). Det man får kjøpt ellers er røkt eller salt svineknokke. Det er så vanvittig godt.
-Har det noe med vår kunnskap og mattradisjoner? Går man to, tre generasjoner tilbake, så ble alt tilberedt på gårdene. Er den tilberedelseskunnskapen gått i arv? Man har aldri laget salt kjøtt industrielt i Norge.
-(...) I Sverige kan man få kjøpt ferdiglaget Sjømannsbiff, svensk husmannskost, den kan kjøpes ferdiglaget, men det finner man ikke her.
- Det begynner å komme her, Fjordland (...)
-(...)Ferdig bacalao...(Deltager Oslo/Akershus)
EB: Du savner mer ferdigmat?
-(...) Det er mye mat jeg har lyst på som jeg vet det tar to timer å lage, derfor spiser jeg det ikke. Det gjør jeg ikke en mandag ettermiddag, og da blir det mye pasta med ostesaus.(...)
- han har et poeng når han etterlyser mer eller mindre norsk mat lett tilgjengelig, det er det faktisk underskudd på.
-Man kan prøve å kjøpe kjøttkaker på boks, ikke veldig godt det.
(...)Det er ikke det at jeg ikke klarer å koke poteter eller gulrøtter, men det har noe med at det er mye annet... f eks nå i fârikåltider... jeg synes fârikål er kjempegodt, men jeg kan ikke gå hjem klokka tolv fra jobben for å sette på den så den er ferdig klokka fem.....
(...)Jeg tror det finnes marked for lettvinnt mat uten at det trenger å være usunt og dårlig og kjedelig.
-Men tradisjonsmat blir det slik at du liker best det du er vant med, Fjordland kan ikke erstatte mors kjøttkaker.
(...) Det jeg ser som et problem med mye av ferdig-

maten. Er at den er altfor salt. Fabrikkene bruker mye salt som konserveringsmiddel, det gjør at maten er usunn og det smaker ikke godt. Det bevarer kanskje kvaliteten, men i hvert fall er det mye negativt med det. (Deltagere Oslo/Akershus)

2.4.2 Fisk

EB: Hva trenger du som ikke er der?
"Jeg har lyst på mer fisk, det trenger jeg (...)

Fisk inngår som en sentral del av matvanene til de fleste av deltagerne. Motivasjonen for å spise fisk er at fisk er sunt og smaker godt. Spørsmål om utvalg av fisk synes først og fremst å være et spørsmål om tilgang. Tilgjengeligheten på fisk varierer i stor grad alt ettersom hvor deltagerne bor. Mens en del har tilgang til et bredt utvalg av fersk fisk i fiskebutikk eller fra fiskedisk i kjedebutikk, er andre prisgitt frysedisken i nærbutikken, ev. fiskebilen og dens utvalg av frossenfisk. De som opplever å ha god tilgang på fersk fisk er, naturlig nok, mer fornøyd enn de som ikke har det. Aller mest fornøyd er kanskje de som fisker selv eller får fisk. Samtalene under illustrerer:

"De har fiskesalgslag i Langesund, der får du bra fisk i rikt utvalg, men det er stiv pris på det. Det er en fiskebutikk, salgslag. Det er ikke noe du kjøper ofte, men innimellom må vi ha det, og det er en dyr middag (...).

-Jeg har kun lavprisbutikker å handle i, jeg får kun den kvaliteten de tilbyr. Jeg har så lyst til å reise til Langesund og handle, men jeg gidder ikke å kjøre 30 mil for å kjøpe fisk.

-Vi fisker stort sett selv.

-Skagerakfisk i Kragerø, der får jeg tak i det meste, men det er dyrt.

EB: Hva er dyrt?

-Dyrere enn kjøtt...(...)

-Men fiskebutikken som ligger 6 kilometer hjemme fra, er det et enormt fiskeutvalg, sånn importert fisk som jeg ikke kan navnet på en gang. Det er morsomt å prøve nye fiskeslag" (Deltagere Telemark)

"Jeg synes faktisk det er veldig bra, vi har en del sånne små fiskeforretninger. Det har begynt å komme sei og rogn og flere fiskeslag som selges i små, hendige pakninger. Det er ferskvare, men pakket. Jeg synes det er veldig bra.

EB: Er det lett å få tak i fersk fisk?

-Ja, jeg synes det er veldig enkelt.

-Det er sjelden, jeg kan ikke huske siste gang jeg har kjøpt fersk fisk i butikk. Jeg har kjøpt den tilberedt på en eller annen måte, lutefisk eller som klippfisk eller noe.

-Men det har jo begynt å komme fiskebutikker i de større varemagasinene. Tilgangen er god, så det er lettere (Deltagere Troms).

"(...) Vi har to butikker som selger fersk fisk, jeg er fornøyd. -Det er stor forskjell på ferskvarediskene på Ica og Meny og hvis du går på Flyvefisken på Lilletorget, der synes jeg de har meget god fisk, de har også en filial på Sandaker, det er all right" (Deltagere Oslo/Akershus)

Selve utvalget av fisk er i mindre grad tema blant deltagerne. Når man først får tak i fersk fisk synes de fleste å være fornøyd med utvalget, med unntak av noen som etterlyser flere sorter som mer "søfistikert" fisk og "barndommens" fisk som spekesild, torskekjaker, boknafisk blant annet (utflyttet nordlending).

....prisen er for høy....

Prisen på fisk, særlig fersk (det er i liten grad spesifisert på fiskeslag) er imidlertid for høy mener flere - et paradoks tatt i betraktning at Norge er et fiskeland. Med unntak for laks, beskrives prisen på fisk som "stiv", "voldsom" og "grusomt dyr". Det er ikke verd prisen mener noen. Og når panelene snakker om fisk synes de ofte å mene torsk:

"Til å være i Norge som er et fiskeland, er det dårlig og dyrt. Jeg blir helt sjokkert når jeg skal kjøpe kanskje litt til en form i ovnene med torsk, da må jeg bruke 50 kroner på at vi er to stykker som skal ha fiskemiddag. Jeg har råd til det, men jeg tenker, frossen torsk, liksom... jeg blir litt irritert. Det er sunt og bra, men det er for dyrt. Hadde det vært fersk, kanskje, men 50 kroner for en pakke med frossen fisk, det er... (Deltager Oslo/Akershus)

"En voldsom pris, 80 kroner kg for torsken... (Deltager Hordaland)

"Jeg synes det er vanskelig å kjøpe fisk, for det er så dyrt, den er ikke verdt prisen som er satt på den. Det blir enten selvfisket eller veldig lite fisk (Deltager Hordaland)

"Torsken er jo like dyr som biff, snart. Og det er mange som heller kjøper seg en pizza til 19 kroner enn å kjøpe en torskefilet. All fisk er jo kjempedyrt (Deltager Troms)

*"(...) laksen har aldri vært billigere enn nå.
-Sikkert riktig, for vi har mye oppdrett av laks.
-Laks er ikke dyrt.
-Laksen var før ansett for å være den fineste og*

dyreste fisken, men det du får nå... (Deltagere Oslo/Akershus)

"Laksen er billigere enn mange andre fisker nå. (Deltager Troms)

Til tross for at mye fisk objektivt sett er rimelig sammenlignet med for eksempel kjøtt, mener en god del av deltagerne likevel at fisk er dyrt. Trolig må dette ses i sammenheng med at Norge ses på som et "fiskeland" og at fisk er en naturressurs som i prinsippet er tilgjengelig og gratis for "alle". Prisen på fisk sammenlignes ikke med prisen på kjøtt, men ses i relasjon til at den faktisk kan være gratis. Betalingsvilligheten for fisk (mye fisk i alle fall) synes å være lavere enn for kjøtt. Fisk forventes å være billig mat.

...god fisk er lik fersk fisk

En god del av deltagerne synes å være fornøyd med den fisken de kjøper; det er mye "bra" og "god fisk". Andre er mindre fornøyd. Den beste fisken fisker man selv hevder noen.

God fisk synes å være ensbetydende med fersk fisk. Ferskhet fremheves som det viktigste kvalitetskriteriet for fisk. Fersk fisk skal per. def. være fersk. Den skal være "fast i fisken", ikke bløt, den skal ikke lukte og den skal smake friskt. Fersk fisk skal "krølle seg" i panna:

EB: Hva er god fisk?

"Den skal ikke lukte og gå av seg selv.

-Det skal smake friskt av fisk. "

(Deltagere Oslo/Akershus)

"Den må være fersk.

-Ja, den må ha god konsistens, det er første betingelsen, den må se god ut også, ikke sånn at du må holde i den så den ikke detter fra hverandre (...) og så skal den være fast.

-Fast i fisken..." (Deltagere Vest-Agder)

"Fisken skal være fersk, det vil si at den skal ikke være mer enn en uke gammel. Det som ligger som fersk fisk i diskene i dag, er minst to uker gamle(...). (Deltager Hordaland)

"Fersk fisk... den smelter i ganen.

-Det er som om noen prøver å selge deg Cognac og kommer med Brandy isteden.

-Typisk for fersk fisk, den krøller seg og løser seg mye fortere opp i kjøttet.

-Når du trekker den, går skivene fra hverandre". (Deltagere Nord-Trøndelag)

EB: Hvordan ser man at fisken er gammel?

"Den blir tørr og flat, akkurat som den blir slapp, skrumper, kryper sammen liksom.

-Det er konsistensen...

-Ja, den blir bløt og vannholdig når den blir gammel, men når den er fersk skal det være en viss stivhet i den, fast.

-Og så ser du det når du koker den eller steder den, da får du på en måte beviset. Og smaken selvfølgelig". (Deltagere Troms)

Oppfatninger om hva som er fersk fisk varierer fra en time til to dager gammelt. Men 14 dager gammel fisk er definitivt ikke fersk fisk.

"Problemet med fisk som ferskvarer, er at hvis den ikke er fersk, det er bare snakk om få timer, så er den

ikke lenger fersk, da er den tvert i mot utilregnelig (...)
(Deltager Oslo/Akershus)

"Begrepet fersk fisk er veldig variabelt. Jeg har en svigerfar som er gammel fisker, han er i 80-årene og bor i Vesterålen. Vi var der og skulle ha sei, det var kommet inn en båt til fiskemottaket. Og så skulle han ta ut noe sei til oss. Han sto på hodet og rotet nedi den kassa - så sa jeg: kan du ikke bare ta en? Nei, sa han, hvis båten hadde vært ute siden forrige døgnet, så jeg skal ha en av de som hadde kommet sist opp" (Vest-Agder)

"(...) Ikke mer enn et døgn, 24 timer, det er maks.

-Ja, og så må den være rensset på stedet.

-Det spør om det går an å få så fersk...

-Nei, men da er det fersk fisk. (Deltagere Vest-Agder)

"Den krøller seg i panna (...)

-Feit fisk kan jo oppbevares lengre, kveite og ørret osv. Uten at det forringer kvaliteten. Mens torsk og sei bør ikke være mer enn to dager gammel.

-Men du får kjøpt kveite som nesten er for gammel, for den har ligget i disken først.

-Den feite fisken kan fryses i kortere tid også.

-Ja. (Deltagere Troms)

Deltagerne i Troms peker også på at det er en rekke andre faktorer i tillegg til ferskhets som påvirker kvaliteten på fisk. Fiskens levetid i sjøen, fiskeredskap, sesong, fiskerens behandling av fisken, sykdomsbilde, transportforhold er andre faktorer av betydning.

"Det er stor forskjell på fisken, det finnes dårlig fisk og det finnes god fisk, selv om den er helt fersk. Alt etter som om det er fjordfisk som har ligget, som vi sier,

langs kloakken, eller om det er fjordfisk som siger inn fra havet. Det er innsigfisk som virkelig er god.

-Vi må passe på, vi som bor ved siden av fiskeoppdrettsanlegg, at vi ikke får av den fisken som har stått og stanget og spist av den maten som....”

”(...) enkelte fiskere får blodet av den når den er helt fersk. Men så ligger den i båten, og da blir ikke fisken god, den blir blaut. Så det kommer an på hvordan fiskeren behandler den (..) Hvis fisken har gått ved siden av et oppdrettsanlegg, blir den veldig feit (...)

-(...) samt at fisk kan ha litt annen smak hvis den har innvollsormer eller dyr som går i fisk (...).

-Jeg spiser f eks aldri torsk som er trukket opp om sommeren, da spiser jeg sei. Om våren blir det steinbit, så det er sesonger for ulike fiskeslag. Og det går mye på kvalitet, når er den best.

-Folk fra Nord-Norge vet at man spiser ikke torsk om sommeren, de som er gamle vil heller dø enn å ete det.

EB: Andre ting som påvirker kvaliteten?

-Fiskeredskap, fiskes det med garn, er den som regel dårligere, hvis den dør nede i vannet (...) hvis det er uvær, hender det at den blir liggende i to, tre døgn og da blir fisken du får opp dårlig, selv om den i utgangspunktet var god (Deltagere Troms)

Mens flere, særlig de godt voksne og de eldste deltagerne har klare formeninger om hvordan fisken skal være dersom den er fersk, synes andre at dette er vanskelig.

”Jeg har veldig lyst til å kjenne, men det er jo noe du ikke gjør. Men jeg prøver å vurdere så godt jeg kan, men føler meg ikke så flink til å vurdere, men prøver å se på fargen og...”(Deltager Troms).

”Hvis det er hel fisk som ligger der, med øyne og

gjeller og alt, da ser du det. Men er den filetert, de underste delen ligger på is og så er det stablet oppå de i en slik høyde at jeg er sikker på at det er 15 varmegrader på de øverste. Da må det bli dårlig, og du klarer ikke å se det alltid.(Deltager Hordaland)

”Jeg har for liten erfaring med fisk, jeg, for å vite hvordan en fisk skal smake og se ut.

-Jeg er oppvokst ved sjøen og bor nå ved sjøen. Jeg er vant med fersk fisk (Deltagere Telemark)

Et par av deltagerne gir uttrykk for at de foretrekker frossen fremfor fersk fisk, nettopp fordi de er usikre på om fisken er fersk.

”Der som jeg er til daglig og kjøper fisk (...) så har de pakker med torskefileter til 80 –90 kroner kiloen., 400 gram pr stk i enkeltpakker, frosne. Da du tiner den opp og steker den, har den ikke ligget i disken i fjorten dager. Jeg føler meg tryggere på frossen fisk enn fersk fisk. (Deltager Hordaland)

”(...) skal du være sikker på å få god fisk, da kjøper du den frossen (..) (Deltager Oslo/Akershus)

...vi er avhengig av å ha tillit....

De aller fleste er avhengig av å ha tillit til de som selger fisken. Man må kunne stole på at fisken er fersk og har riktig kvalitet. Flere gir uttrykk for tvil og skepsis til at de som selger fisken har kunnskap om fisk og at de snakker sant. Størst tillit har fiskehandleren, mens ferskdisker i kjedebutikker synes å komme dårligere ut. Oppfatningene som fremgår i Telemark panelet under er typiske for en god del av de øvrige deltagerne: mangel på fagkunnskap er et problem i kjedebutikkene (se også rapport nr. 1).

"(...) jeg spør i fiskedisken: er det Skageraktorsk eller Lofotskrei? Og så sier han at det er Lofotskrei, og så smaker det krabbe av den! Da ljuger han og jeg får ikke tillit til den kjøpmannen mer. Og de klarte å ta meg ved nesa med makrell også. Jeg sa: er det fersk makrell? Den har ikke stått på Vestlandet i mæler hele vinteren, for den er ikke god... den skal jeg ikke ha. Nei, den er fersk, sa han. Men den smakte tran. -Vi kjøpte reker i vanlig matbutikk, det sto ferske reker, men de er ikke ferske, altså. Da må du i en fiskebutikk og få dagens fangst, ikke i en Menybutikk eller noe...

-Jo, det kan du få..

-De kan være gode, men de er ikke ordentlig ferske, det er erfaringen jeg har (...)

-Kompetansen er dårlig, fisk er fisk, den kommer fra sjøen. Jeg ville ha fisk forrige helg, mannen holdt opp en laksefilet og fingeren gikk gjennom halen..... han visste ikke noe om fisk. Så jeg kjøpte koteletter. Du kan være heldig å få tak i en som har peiling på fisk og skalldyr, men stort sett finner du de som etter skoletid skal tjene penger.

-Jeg er veldig fornøyd med fisk, men jeg handler bare i forretninger som bare har fisk, så da kan de fisk. Jeg spør og de finner det de anbefaler, hvis ikke jeg har bedt om noe spesielt.

"Det hadde jeg også gjort hvis jeg hadde hatt muligheten til det, men jeg har j ikke det (Deltagere Telemark)

2.4.3 Frukt og grønnsaker

- Vi vil ha et bredere utvalg av norsk frukt i butikkene!
- Vi vil ha bedre kvalitet på frukt og grønt!

Inntrykket er at panelene stort sett er fornøyd med utvalget av frukt og grønnsaker spesielt innen

kategorien "eksotisk frukt og grønt". Flere beskriver tilbudet av importert frukt og grønnsaker de senere år nærmest som "eksplisiv". Enkelte beskriver utvalget som større enn hva de har behov for:

"Det eksotiske mangfoldet, det føler jeg på mange måter at vi har, men har vi behov for alt? Når du bor i en by som Lillehammer, har du et kjempemangfold. Bare det siste året, eksplosjon fra kinakål til dusinvis av salater. Mangfoldet er der (...)"
(Deltager Oppland)

"Det har vært en enorm utvikling i utvalget av frukt og grønt i de vanlige kjedeforretningene. Det kan skyldes at vi har fått en del innvandrerebutikker som har eksotisk utvalg, eller det kan skyldes stor reisevirksomhet av nordmenn, slik at de etterspør andre typer frukt og grønt. Når det gjelder norske grønnsaker, så har vi sesong som gjør at prisen er rimelig. Norske gulrot og potet og kålrot og kål er meget rimelig. Derimot har vi i Nord Norge dårlig tilgang på norsk frukt. Og vi kan ikke gå på gården og handle. Vi må til en butikk og der har de høy pris. Så det som er blitt kjennetegn for norsk frukt, er kortere sesong, høy pris og et begrenset utvalg. Så der har utviklingen blitt negativ, mens det andre har økt og blitt mer omfangsrikt (Deltager Troms)

"Jeg må si at jeg har sett en bedring i utvalget av frukt og grønnsaker de senere årene (...).

-Det er blitt veldig mye flotte frukter og grønnsaker, mer enn jeg har kapasitet til å prøve. Og det har sikkert med folks reisevaner å gjøre og kontakter de har med andre land, de blir nysgjerrige på å prøve nye ting. Jeg synes det er tilstrekkelig godt utvalg, i hvert fall i vår butikk (Deltager Hordaland)

“Epler og pærer de henger på tre...”
– men hvorfor er de ikke å finne i butikken?

Mens de fleste er fornøyd med utvalget av ”eksotisk” frukt og grønnsaker er misnøyen desto større med utvalget av norsk frukt i butikkene. Flere etterlyser et bredere utvalg av norsk frukt, spesielt epler og plommer – også i sesong. Det er et paradoks etter deltagerens oppfatning at mens landet nærmest ”bugner” av norsk frukt så som epler, plommer, pærer, moreller osv., er den ikke, etter deltagerens oppfatning, å finne i butikkene. Man spør seg om det er slik at norsk frukt har måttet vike for importert? Deltagerne oppfordrer kjedene om å ta inn mer norsk frukt:

“Når du går i dagligvarebutikken og kjøper f eks frukt, og du har to typer epler, men du vet at landet bugner over av frukt som ikke er tilgjengelig, så er det i hvert fall ikke noe mangfold (Deltager Hordaland).

“En ting jeg savner på Mega er norske epler når de kommer. Lenge etter at de kom, holdt de på med utenlandske epler. Så det med norsk frukt synes jeg er tregt. Jeg er veldig glad i det.

-Vi får ikke bruke norske epler før etter en viss dato.

-Nei, kanskje det er noe med det...

-Importavtaler og...

-Det har hendt noen ganger at det har kommet epledyrkere fra Vestlandet eller Telemark og solgt fra bil. Det kunne jeg tenkt meg å kjøpe i stort for jeg har lagringsplass i kjelleren. Norsk frukt til jul synes jeg er..... det kan jeg betale 30 kroner kiloen for hvis jeg får det. (Deltagere Nord-Trøndelag)

“(...) Det var en pressemelding på radioen i dag, norsk Gravenstein var tatt ut til fordel for franske

epler (...). (Deltager Troms)

“(...) mitt inntrykk er at norsk frukt drukner i innført frukt, og jeg synes at vareutvalget i butikkene er mye bredere og bedre når det gjelder kvantitet enn noen gang men norsk frukt har måttet vike.

-“(...)Jeg vet ikke om det produseres de gode blå plommene som steinen nesten hoppet ut av, de var jeg på jakt etter. De har gjerne en type norske plommer og så har de gjerne noe tyrkiske eller noe slikt ved siden av.

-Nå er det en mann på torget som selger blåplommer som han dyrker selv, og han kommer fra Osafjorden der jeg kommer fra. Det er utrolig godt jordsmonn der inne for plommer. Men vi rekker aldri til byen, så vi får kjøpt (...). Men i butikken i år har ikke jeg sett noen plommer

-På torget på Nesttun var det plommer, der opplever jeg at vi får norske plommer, men i butikken er de norske plommene omtrent fraværende. Og når vi snakker om norske plommer, vil jeg si det er det samme med norske pærer og epler (...).

EB: Dere gir kjedene et råd om å ta inn mer norsk?

-Blant annet, ja. (Deltagere Hordaland)

Et eple er et eple er et eple....

I tillegg til at utvalget av norsk frukt er dårlig mange steder har enkelte erfaring med at norske epler blandes i en og samme kasse, uavhengig av slag. ”Norske epler” er ikke ”norske epler”, men Gravensten, Aroma etc.. Ulike slag epler til ulik tid, med ulik smak og til forskjellig bruk.

“(...) jeg reagerer på at nå er det sesong for norske epler - og norske epler... på Obs i Lagunen... det var bare rot, masse epler som lå i en kjempehaug, og det var flere sorter blandet, det var skrekkelig”. (Deltagere Hordaland).

"(...) jeg har satt min ære i å få tak i norske epler til jul, det må jeg slite litt for å greie. Når det gjelder frukt, irriterer jeg meg over at det står norske epler, og så er det en kasse i bunnen og det står f eks. Aroma. Men det er ikke Aroma lenger i de eplene, de har bare helt en ny kasse over. Gravensten eller Transparent, de har bare blandet dem, for de er norske epler. Jeg spiser ikke "norske epler"! Jeg vil ha ett slag, og har det og det slaget til forskjellige tider i sesongen. Jeg synes de behandler norsk frukt dårlig(..) (Deltager Telemark).

Når det er sagt er inntrykket det at det ikke først og fremst er utvalget av frukt og grønt som er det største problemet, men kvaliteten.

...bedre kvalitet på frukt og grønt...

Utvalget av frukt og grønnsaker er, med unntak av norsk frukt som påpekt tidligere, tilfredstillende. Hovedproblemet slik store deler av paneldeltagerne ser det er kvaliteten på de produktene som faktisk finnes i butikken. Dette synes å være en generell oppfatning blant mange av deltagerne. Men det er ikke frukten og grønnsakene i seg selv som har lav kvalitet. Det er behandlingen varene får i butikken som forringer kvaliteten. Etter deltageres oppfatning mangler de ansatte i butikkene kunnskap om hvordan frukt og grønt skal behandles. Det mangler ikke bare på fagkunnskap, men det skorter også på omsorg og "kjærlighet" for produktene fremholdes det. De ansatte mangler yrkesstolthet:

"Jeg syns at mangfoldet.., hvis man tenker 20 år tilbake, så er mangfoldet i frukt og grønnsaker blitt mangedoblet (...) men de kan ikke behandle det (fruk-

ten osv). Og omsetningshastigheten blir for lav, og det blir liggende for lenge i disken. Og det er for lite fagkunnskap av de som skal selge det. Noen forretninger driver med dusjing og sånne ting, men jeg tror at stort sett behandles frukt og grønnsaker altfor dårlig i norske forretninger(..) (Deltager Telemark)

"Jeg har sett en ting i mange butikker når det gjelder frukt, pærer, epler appelsiner. De har svære trekasser som frukten ligger i, og når det begynner å bli tomt der, kommer de med en tralle inn og så har de eplekasser og så snur de dem og så detter alle eplene opp på de eplene som ligger der fra før, og det samme skjer med appelsiner og klementiner. EB: Dårlig håndtering i butikkene?

-Ja, de blir så skadet.

-Det er det som er grunnen til at det er så mye dårlige poteter, det blir håndtert feil (...). Er det at tid er penger?

-Tid er penger, tror jeg.

-Ja, jeg tror det ligger der, man skal ikke langt ned i Europa før man ser det. På markedene er frukten alltid stablet i flotte formasjoner, og tomater og lagt med, holdt på å si, med kjærlighet.

-Å gå på de basarene er jo rene...

-(...) de som gjør dette her har ikke noe særlig forhold til frukten eller til jobben sin, kanskje til jobben, men ikke til frukten. En bonde som har gjødslet og luket og skåret blomkålen, vil behandle den veldig nennsomt, og det samme med en frukthandler. Og da kommer vi inn på yrkesstolthet, det med å kunne faget sitt og det med å vite hva du holder på med. I framtiden tror jeg det er viktig å få bevisste og flinke yrkesutøvere i butikkene av forskjellige slag. Det at de gjør jobben sin skikkelig, vil bli til vårt beste, ellers blir svinnet stort og så må vi betale det (...). (Deltagere Hordaland)

"(...)Jeg fant ikke et jordbær i hele sommer som jeg

kunne tenkt meg å kjøpe, det er skammelig....de var halvratne og hadde stått for lenge. Og på Rimi skulle jeg kjøpe gulrøtter, jeg kunne slå knute på dem uten at det sprakk...(latter). Og de selger til full pris (...).

EB: En gjengs erfaring med grønnsaker i butikken? (...)Norske tomater smaker ingenting. 40- 50 kroner kiloen for smakstomater, men når de er modne når du kjøper dem og så ligger de tre dager på kjøkken benken og så er de hårete.... (Deltagere Telemark).

"(...) og kvaliteten på salat er gjennom nesten hele året generell dårlig. Jeg lurer på hvorfor hver eneste av paprikaene er pakket i sånn tett plast, du kan ikke kjenne på den. Det er ofte det er bløte partier på dem(...).

EB: Stort sett fornøyd med utvalget av frukt og grønt, men det er kvaliteten?

-Ja, og krydderurter, basilikumen er så dårlig (...) bruker man kanskje en liten del i maten og dagen etter ligger den sånn pladask...(Deltagere Troms)

Enkelte gir også uttrykk for et ønske om kvalitetsdifferensiering på for eksempel epler og at denne gjenspeiles i pris:

"Det var ti forskjellige epler, det var første sort og annen sort, du kunne velge både pris og kvalitet, akkurat som du ville" (Deltager Telemark)

2.4.4 Melkeprodukter

- Vi vil ha melkeprodukter med mindre sukker!

Flere av deltagerne, særlig de med små barn, etterlyser et større utvalg av meieriprodukter, særlig yoghurt, med mindre sukker. Temaet settes på dagsorden i samtlige paneler. At melk og melke-

produkter er sunt har vært et sentralt budskap både fra myndigheter og produsenter i mange år. De fleste som er voksne i dag kan sies å ha fått dette inn med morsmelken. De senere tiår har det vært satt søkelyset på den høye andelen mettet fett i melke- og meieriprodukter og tilbudet av "lettere" produkter har i stor grad fått innpass både i butikkene og i folks matvaner. Fokuset, helt inntil nylig, har i langt mindre grad vært satt på sukker. I takt med at sukkerinntaket i befolkningen har økt har også sukker blitt et tema blant myndigheter, fagfolk, media og andre som er opptatt av spørsmål om helse. Deltagernes oppfatthet av sukker i meieriprodukter kan vitne om en gryende bevissthet blant forbrukerne om dette spørsmålet.

Tilbudet av stadig flere yoghurttyper, melk, desserter etc. som ved søt smak, innpakning og eksponering markedsføres mer eller mindre direkte mot barn oppleves som direkte provoserende av flere. Enkelte oppfatter det nærmest som *uetisk* av Tine å tilsette en så stor andel sukker til for eksempel yoghurt, *samtidig* som budskapet er at yoghurt er sunt. Inntrykket er at man nærmest er ført bak lyset – ja, nesten lurt.

"Yoghurt, f. eks. - Tine skal jo gå foran med godt eksempel på norsk kosthold, men det er mer sukker i drikeyoghurten enn i Cola. Det er nesten uetisk av Tine å selge de produktene da det er så mye sukker i dem. Og alle produktene som markedsføres mot barn, Litago og kakao og sånt noe, det er rimelig mye sukker i det.

(...) de har alltid gått foran med at melk er så sunt og bra og godt og i det hele tatt. -Hvis foreldrene gir barna sine melk og yoghurt, har de jo gjort dem en kjempetjeneste, sånn framstiller Tine det. Likevel

putter de i så mye sukker, enda de er fullt klar over at det ikke er bra.

-(...) da vi var på Kreta fikk vi naturell yoghurt med honning på og det likte de kjempegodt, så det har blitt en slager etterpå".(...)

EB: Dere kunne tenke dere større utvalg av produkter med mindre...

-Ja, mindre sukker, spesielt for barn, det ansvaret burde de tatt.

-Har vi noen gang fått lov å velge yoghurt med mindre sukker i (...) (Deltagere Vest-Agder)?

"Jeg er skeptisk til alle de nye produktene som Tine kommer med. De som lokker ungene, med plaskopp og mange farger, husker ikke hva det heter. Det er jo så mye sukker i de melkeproduktene.... jeg kjøper det ikke.

-Jeg er helt enig i det, og det kommer noe sånn toffee... det er unødvendig å skape et sånt behov.

EB: Er det produkter dere prøver å unngå?

-Det unngår jeg tvert, da kjøper jeg heller en sjokolade.

-Det er det verste jeg vet, alt det usunne og sukker...

-Det er jo sånn at man skaper behov og man fanger barn og ungdom. Det er jo ikke hyggelig å gå i butikken som familie og måtte føre borgerkrig med de forskjellige familiemedlemmer som tviholder på at de skal ha det og det produktet og som man som voksen kanskje ikke vil at de skal ha.

(...)

-Epleyoghurt som skal være så sunt, det er jo mer sukker enn i eple....

(...) -Det var snakk om en sukkertype de kunne bruke..

-Fruktose det som naturlig finnes i frukt..

-På TV2 er det fullt av yoghurtreklame og ungene blir jo helt... de får jo lyst på det.

-Påvirkningen er enorm (...)"

(Deltagere Troms)

Tine har skapt et unødvendig behov blant barn og unge hevdes det. Flere synes å mene at Tine har et ansvar for folks helse og at de på en måte har misbrukt sin tillit i befolkningen; som en sier ; *noen blir jo helt fortvilet, har trodd at yoghurt er kjempesunt og så blir det...hæ...?*

Enkelte tar opp spørsmålet om merking av slike produkter og etterlyser bedre og mer nøyaktig informasjon. Sukker klassifiseres som karbohydrat, men i merkingen skilles det ikke mellom ulike typer av sukker. Det opplyses heller ikke hvor stor andel sukker det er i produktene, kun at ingrediensen det er mest av kommer først osv. Dette gjør det vanskelig for forbrukeren påpekes det:

"(...) Det er sånn at du nesten ikke tror at det kan være sant når du leser det i avisen.

-Det står jo utenpå boksen.

-Det står jo hvor mange gram karbohydrater det er opp i det, det kan jo være andre ting enn sukker som er karbohydrater, da må du virkelig gå grundig til verks.

-Det har litt å si hvilken type sukker det er.

-Helt sikkert glukose, ellers hadde det stått frukt sukker på, hvis de hadde vært så bevisst at de hadde brukt det (...). (Deltagere Vest-Agder)

2.5 Økologisk mat

- Vi vil ha bedre tilgang til økologisk mat til en lavere pris!

Interessen for økologisk mat er varierende blant

deltagerne. 4-6 av deltagerne kan karakteriseres som veldig opptatt av økologisk mat og kjøper økologisk så ofte det lar seg gjøre. En av deltagerne har et tilnærmet økologisk kosthold. De øvrige deltagerne deler seg mellom de som i ingen eller liten grad er interessert; de som *"ikke tenker på det"* eller *"ikke har noe forhold til det"* eller *"tror at det andre er like bra"* - og de som er litt/nokså interessert. Disse kjøper økologisk mat av og til eller sporadisk - når de *"kommer over det"*.

EB: Er dere andre interessert i økologisk mat?
"Ja, er jo det, men jeg er ingen storkjøper, men det hender jeg rasker med meg litt av det. Men jeg ser jo at når økologisk blomkål koster akkurat det dobbelte av den vanlige, blir det liksom ikke aktuelt. Men jeg setter pris på at Coop på Lillehammer har kommet veldig på banen med økologisk, det er flott, så det blir spennende å se hvor mye de greier av det (Deltager Oppland)

"Ja, hvis det kommer i vår vei når vi er ute for å kjøpe mat. Ikke stort tilbud i nærheten, men det vi kjøper innimellom, er "den rettferdige kaffen". Vi er medlemmer av LA 21 forum i Ski som dreier seg om miljøvern. Man blir spesielt oppmerksom på det aspektet også, men det er lite tilbud av økologisk (...)" (Deltager Oslo/Akershus)

*"For mitt vedkommende skjer det på impuls, rett og slett. -Jeg også.
-Det ser fristende ut og overkommelig(...)" (Deltagere Troms)*

Motivene for å kjøpe økologisk er flere. Flere har en oppfatning om at økologisk mat er sunnere for egen og familiens helse og at det er bedre for

miljøet. I tillegg smaker den bedre hevdes det. For de som er mest opptatt av økologisk mat handler det ikke bare om helsemessig eller miljømessig gevinst, men også om et bevisst valg av verdier. Det handler om å støtte en filosofi som ser menneske, dyr og natur i sammenheng. Å spise økologisk blir en måte å tenke og leve på som blir en del av ens "identitet". Økologisk mat har totalt sett en "merverdi" som det er verd å betale ekstra for, selv om det betyr strenge prioriteringer, mener noen.

Tilgjengeligheten og utvalget av økologisk produserte varer beskrives som dårlig de fleste steder. Med unntak av Coop tilbyr de øvrige kjedebutikker bare i liten grad økologisk mat (kanskje med unntak av melk). For øvrig må man oppsøke gårdssalg eller spesialbutikker, noe de aller ivrigste gjør.

Ikke majoriteten, men en god del av deltagerne gir uttrykk for at de ønsker bedre *tilgang* til økologisk mat. Samtidig må sortimentet bli større og ikke minst prisen lavere. De fleste er villige til å betale *noe* mer for økologisk mat fordi det har en "merverdi". Man betaler ekstra for troen på at økologisk er sunnere, smaker bedre, er bedre for miljøet og for dyra. De aller fleste deltagerne syns imidlertid at prisen på økologisk mat er uforholdsmessig høy:

"Jeg skulle gjerne kjøpt mer. Jeg var på Prix og lurte på om de hadde økologiske sitroner, jeg skulle lage noe med skallet og jo, det hadde de og da var det 20 kroner for to sitroner!! Nei, da var det plutselig ikke så greit. Det er for dyrt, jeg har ikke så stor inntekt. Da vasker jeg heller vanlige sitroner veldig grundig (...).(Deltager Telemark)

"Jeg kjøpte 25 kilo med økologisk mel og det kan jeg ikke gjøre ofte, for jeg betalte 750 kroner og tenk hvor mye hvetemel jeg kunne fått for 750 kroner!! Det er bare helt hårreisende (...)" (Deltager Oppland)

2.6 Lokal produsert mat og "nisjeprodukter"!

- Vi vil ha bedre tilgang til lokal produsert mat!

Den første rapporten fra panelene konkluderte blant annet med at det er en interesse for lokalt produsert mat blant flere av deltagerne. Begrunnelsene for å kjøpe lokalt ble knyttet til ønsket om å begrense transporttiden for dyr, minske forurensing som følge av lang transport, bedre kjennskap til produktene og produksjonsmåten, bedre kvalitet og støtte til lokale arbeidsplasser.

På spørsmålet om hva slags mat deltagerne savner og gjerne skulle hatt mer av er svaret blant flere i panelene; "lokal mat"! Det er på ingen måte et ønske blant alle. For flere av deltagerne er det av liten betydning om maten er lokal eller ikke - det viktigste er at kvaliteten på maten er god. Noen eksempler.

"Har ikke stor betydning for meg at mat er lokalt produsert – unntatt hvis det er produkter som er spesielt gode med hensyn til smak og kvalitet (...)" (Deltager Hordaland)

"Min interesse for lokalt eller regionalt produsert mat er ikke så stor. Vi er ikke så veldig glad i kjøtt, men til enkelte anledninger så vil jeg nok heller ha kjøpt noe som er lokalt produsert, så fremt det ikke er mye dyrere enn samme vare i butikken" (Deltager Oslo/Akershus)

"Jeg innrømmer gjerne at min holdning til lokal produsert mat er lunken, men jeg vil gjerne vite hvor produktene stammer fra slik at jeg kan unngå å gjenta dårlige innkjøp. På den annen side ser jeg ikke bort fra at produksjon av lokal mat kan ha en beredskapsmessig betydning selv om dette er kommet svært langt i bakgrunnen de siste 30 årene, både i folks bevissthet og i den nasjonale politikken (...). Jeg er ikke villig til å betale mer bare for å få lokal mat uten at det er andre vesentlige fordeler med den" (Deltager Vest-Agder)

"Det er moro at lokale produsenter kan lage gode produkter. Likevel kommer kvalitet foran lokalpatriotisme. Det er i bunn og grunn likegyldig for meg hvor maten er produsert, bare den holder mål!" (Deltager Telemark)

"(...)moderat interesse. Det kan ha interesse at mat er lokalt produsert hvis det samtidig tilfredstiller kriterier mht pris og kvalitet – og mange matvarer kan jo ikke være "kortreist" som appelsiner, bananer, krydder, tropiske frukter, kaffe, te (...)" (Deltager Hordaland)

Enkelte spør seg om man i det hele tatt vet hva det innebærer av fordeler og ulemper å ha tilgang til lokalt produsert mat. En av deltagerne i Vest-Agder sier: "når matinteresserte i dag gir uttrykk for ønske om lokal produsert mat er dette kanskje mest en trassreaksjon mot anonymiseringen og i mindre grad et bevisst valg ut fra kvalitetshensyn".

For noen er lokal mat kun interessant dersom den skiller seg fordelaktig ut på en eller annen måte i tillegg til kvalitet; – den må ha et særpreg.

"Det finnes lite mat med særpreg i Norge. Telemarks "chevre" oster skal man lete etter – noen har prøvd seg litt med f.eks Lofoten lam. Noen synes å lykkes som f.eks Brimi med "viltpålegg" (...)
(Deltager Telemark)

"Jeg følger med i utviklingen av nisjeprodukter og kjøper enkelte varer spesielt til helg og høytid. Det har ikke så stor betydning om det er produsert lokalt, så lenge jeg er fornøyd med varen. Foretrekker å kjøpe norsk mat. Fiskeprodukter kjøper jeg helst lokalt (...) (Deltager Troms)

"Jeg er interessert i produkter som er produsert lokalt/regionalt særlig dersom det er nisjeprodukter med høy kvalitet. Det er ikke av høy betydning for mat at matvaren er produsert lokalt så lenge kvaliteten er god (...) (Deltager Oslo/Akershus)

"Jeg har interesse for dette, setter pris på lokale varianter og søker gjerne det som er spesielt for vår region. Det har noe med stolthet og egenart å gjøre (...)
(Deltager Hordaland)

Andre er mest opptatt av at maten er produsert i Norge, av hensyn til trygghet og av hensyn til miljøet – at det er lokalt produsert er mindre viktig.

"Jeg er ikke spesielt interessert i lokalt produsert mat. At maten er norskprodusert betyr derimot noe, i forhold til trygghet og forventninger til kvalitet i tillegg til at jeg mener det er viktig at nasjonen produserer så mye av maten sin selv som mulig." (Deltager Troms)

"(...) Jeg vil føle meg tryggere på det som er produsert i Norge enn i andre land, det gjelder også våre

naboland, for eksempel er salmonella mye mer vanlig i Danmark enn her hos oss. Om maten er produsert innen fylket jeg bor i eller andre steder i Norge har ikke tilsvarende stor betydning(...) her vil kvalitet være hva jeg velger etter, men ved ellers likhet vil jeg velge lokalt produsert for å støtte opp under lokale arbeidsplasser (...) (Deltager Oppland)

Når det er sagt, er det en god del av paneldeltagerne som som i seg selv er interessert i lokal produsert mat. "Mangfold", som en uttrykker det er "å ha et godt utvalg av det regionen har å tilby":

"(...) Det gode mangfold for meg er god tilgang på lokalproduserte ferskvarer i de periodene hvor det er rikelig tilgang til disse varene
(Deltager Hordaland)

"(...) Det jeg egentlig ønsker, er utvalg av produkter som er fra distriktet. Hvis vi hadde fått til det, så hadde det vært bra" (Deltager Troms).

"(...) For meg er ikke tradisjon så viktig, men det at det er produsert relativt lokalt. Det blir som å kjøpe økologiske tomater fra Spania, det blir for dumt, da går økologien bort i frakten. Og hvorfor skal jeg kjøpe rocculasalat fra Sørlandet hvis jeg kan kjøpe den fra Frosta, den er transportert mye kortere. Blir ferskere. Det blir for dumt når vi skal selge samme type mat til hverandre, vi må kunne ete det som produseres her og så heller importere det som vi ikke får til å produsere her (...)

"(...) Hvis jeg finner noen ting som er lokalt, så velger jeg det i stedet for noe annet, er litt stolt over at de produserer rucola på Frosta (...)
(Deltager Nord-Trøndelag)

Flere opplever det som et *paradoks* at mat produsert i nærmiljøet ikke er å finne i butikkene. Det "henger ikke på greip" og bryter med god gammel dags "bondevett" etter manges oppfatning.

"Mangfold av mat er for det første å vise spekteret på det den nære regionen kan tilby. Som her som vi har tilgang på fisk og vilt, er det likevel veldig få kjedebutikker som kan tilby vilt, f.eks (...)
(Deltager Oppland).

"(...) For å ta butikken vår, Joker, der får du ikke kjøpt ferskvarer, og området der i Ulsfjorden, er storprodusent av sau og melk og geit og fisk og... vi får kjøpe noe, men... Nei, de har ikke lov til å selge det i butikken (Deltager Troms).

"Det er jo paradoksalt at man i Nord-Norge ikke får tak i fersk fisk mange plasser. Selv om vi får det, så er det mange som ikke får det. Som ikke har mulighet til å fiske og ikke kjenner noen som ordner det. Det er egentlig et resultat av politikk, det er ikke noe folk har valgt, det er beslutninger som blir tatt over hodet på forbrukerne, det synes jeg er helt forkastelig.

-Hvis de har mulighet til å få tak i det, så tror jeg nok de ville ha kjøpt de" (Deltager Troms)

"(...) Det er synd å tenke på når man vet at det produseres like ved og blir sendt bort(...).

-De lokale produktene har aldri vært en del av utvalget i butikken på stedet.

-Men før kunne du kjøpe direkte fra bonden, kalvekjøtt og lam.

"(...) Det blir litt dårligere for forbrukeren ute i distriktene". (Deltagere Troms).

Mangel på lokal mat i butikkene der man bor er ikke bare et paradoks – en av deltagerne definerer det som et regelrett overgrep:

"Hvilken rett har Reitan oppe i Trondheim til å sitte og si at dere i Grenland ikke kan få lov til å kjøpe brød fra Hovenga Bakeri

-Det er jo et overgrep det.

-Det er fordi han er så veldig rik, rike folk får lov til alt visstnok.

-Ja, men jeg synes ikke han skulle ha lov til det.

(...) (Deltagere Telemark

Begrunnelsene for å kjøpe lokal produsert mat er flere. I tillegg til at det for mange rett og slett er litt "bakvendt" å ikke kunne finne lokalprodusert mat i butikken, handler det også om ønsket om "kortreist" mat, ut ifra troen på at lokal produsert mat har bedre kvalitet hensynet til miljø og ønsket om å støtte lokale arbeidsplasser.

"(...) lokalt produserte varer, vil etter min mening hjelpe til et sunnere og riktigere kosthold med varer av god kvalitet og i et optimalt utvalg"

(Deltager Oslo/Akershus)

"Det har noe med frakt og jeg mener det er helt sprøtt...det er ikke verken økonomisk eller...for meg er det ikke en bærekraftig måte å gjøre det på, for meg er det helt politisk feil å gjøre det slik, det å frakte fersk mat jorda rundt (...). Det handler om nærmat, kortreist mat.

-Det ideelle er å være mest mulig selvforsynt, det blir eksklusivt å frakte jordbær til torget i Paris"
(Deltagere Troms)

"Mat produsert i vårt distrikt ønsker jeg tilgang til først og fremst av miljøhensyn, kortere frakt gir mindre forurensing (...)" (Deltager Vest-Agder)

"Jeg liker tanken på at maten er lokalt produsert fordi jeg ønsker at lokale bedrifter skal få leve. Også kjenner jeg bedriftene og liker varene (...)" (Deltager Oppland)

Flere forventer at lokal mat stort sett skal være rimeligere enn annen mat når distribusjonen skjer direkte. Noen er imidlertid villige til å betale litt mer for å støtte lokale initiativ og forventinger til ferske varer av høy kvalitet. Generelt forventes det at "kortreist" mat har høy kvalitet. At det er tilfellet er også erfaringen blant de som handler lokal mat (se også kap 3).

"Jeg kjøper alt av poteter, grønnsaker samt fisk hos lokale produsenter. Mine forventninger til lokalprodusert mat er at prisnivået skal være omtrent det samme som i matvarebutikkene (...)" (Deltager Troms)

"Jeg forventer at "kortreist" mat er rimelig, men har erfaring med at lokalprodusert mat ofte er mye dyrere enn 'vanlige' produkter" (Deltager Hordaland)

"Kvaliteten er viktig og jeg forventer at varene er ferske hvis de er "kortreiste". Prisen er litt viktig, hvis det er dagligmat bør det ikke være for dyrt, men er kvaliteten mye bedre enn alternativet er ikke pris så viktig (...)" (Deltager Oslo/Akershus)

"Jeg vil heller betale mer for god kvalitet når det gjelder "kortreist" mat, men ofte betaler jeg faktisk mindre og får bedre kvalitet enn i butikken. Det er et tankekors" (Deltager Telemark)

Det er definitivt vilje til å kjøpe lokal mat i panelene - dersom den bare hadde vært å få tak i. Flere gir uttrykk for at de i en viss grad har tilgang til å kjøpe lokalt og gjør det, enten direkte fra produsenten, fra gårdsbutikker, veisalg, torg etc (se også kapittel 3). Men, de fleste opplever i liten grad å ha reell tilgang til å kjøpe lokal mat.

"jeg vet lite om tilgang på lokalprodusert mat her, unntatt de store produsentene(...)" (Deltager Hordaland)

"Det er viktig å oppmuntre til at matvarer kan omsettes og selges til forbruker i det distrikt de er produsert. Dessverre er tilbudet av lokalt produsert mat meget begrenset på mitt hjemsted (Deltager Oslo/Akershus)

"(...)Jeg har i realiteten relativt grei tilgang på flere produkter produsert lokalt, for eksempel grønnsaksutslag hos bonde i samme by – når jeg ikke velger å oppsøke disse er det mye av bekvemmelighetstilsyn, det er lett å kjøpe alt på ett sted(...)" (Deltager Oppland)

"Har en butikk her som lager alt av kjøttvarer selv. Butikken er den med mest omsetning i bygda og det tror jeg er mye fordi folk setter stor pris på at det er lokalt produsert. Utover det er det ikke tilgang til så mye lokalt produsert mat, bortsett fra grønnsaker på torget om høsten" (Deltager Vest-Agder)

"Har rett og slett ikke tid til å forhøre meg om lokale produkter. Hvis jeg skal kjøpe det, bør produktene være lett tilgjengelige. Har en som står og selger grønnsaker på vinteren i gata. Om sommeren er det lettere, da flere står på torvet og selger frukt og grønnsaker" (Deltager Nord-Trøndelag)



3 Erfaringer, holdninger og forventninger til alternative salgskanaler

”Vi har hatt torg med grønnsaker i Brevik et par somre. De er fantastisk fine, det er noen utlendinger som driver det, de er ute og kjøper om morgenen og de grønnsakene har vært veldig fine. Der er fremdeles gresset på gulroten grønt og frodig, du kan hold i gresset og vippe opp gulrota” (Deltager Telemark)

Mesteparten av den maten panelene handler inn til husholdningen kjøpes i dagligvarebutikk. Selv om flere av paneldeltagerne av og til eller sporadisk handler mat fra torg, direkte fra gård, langs veien, fra bil eller båt, bruker de færreste slike steder i det daglige. Paneles erfaringer med kjøp av mat fra alternative salgssteder er i all hovedsak positiv. Særlig oppleves den smaksmessige og estetiske kvaliteten på maten som bedre. Flere mener kvaliteten nærmest automatisk blir høyere når avstanden mellom produsent og forbruker reduseres; jo kortere vei jo bedre kvalitet! Det forventes stort sett lavere pris på ”kortreist” mat, mens betalingsvilligheten er høyere for særegne varer eller spesiell kvalitet. ”Nye” salgskanaler som ”Bondens marked” ønskes velkomne. Initiativet beskrives som ”godt”, ”suverent” etc. – et mulig alternativ til kjedebutikkene. Erfaringene blant de som har besøkt markedet (et mindretall) er imidlertid delte. Noen beskriver det som en positiv opplevelse mens andre er mer kritiske; lite utvalg, høy pris og dårlig hygiene er noe av kritikken. Markedet har mao et forbedringspotensialet. Mat skal ses, luktes og kjennes på; kjøp av mat ”på” internett er derfor i liten grad interessant mener deltagerne: Mat (særlig ikke ferskvarer) kjøpes ikke usett.

Tilgjengelighet er essensielt dersom alternative salgskanaler skal ”slå an” hos forbrukeren. Panelene er enige i at utsalgsstedene må være i nærheten av bosted, arbeidssted eller andre daglige gjøremål.

I forbindelse med overleveringen av den første rapporten fra forbrukerpanelene gav Lars Sponheim uttrykk for at den kritikken panelene kom med innebar en utfordring til forbrukerne selv; ”forbrukerne må alliere seg for å finne andre salgskanaler enn de tradisjonelle kjedene” sa Statsråden. I høstens diskusjoner ble derfor panelene spurt om hva slags erfaringer de har med alternative salgskanaler, hvilke holdninger og forventninger de har til ”nye” salgskanaler så som Bondens marked, internett og gårdssalg og hva som skal til for at de skal benytte seg av dem.

3.1 Bondens marked

Fakta

Bondens marked er et torg der man som forbruker kan kjøpe mat direkte fra produsenten. Så langt finnes markedet i 9 norske byer, hhv. Tromsø, Bergen, Trondheim, Levanger, Arendal, Skien og Oslo. Tiltaket startet høsten 2003. Målet med Bondens marked er å; ”styrke inntektsgrunnlaget på gården samtidig som norske forbrukere får nye valgmuligheter. Lokal produsert mat og spesialprodukter står i fokus på Bondens marked. Kravet til de som selger varene sine på markedet er at de selv skal ha høstet, avlet, fanget, syltet, bakt, røkt eller på annen måte foredlet maten. Det behøver ikke nødvendigvis være en bonde, men det må være en person som bearbeider lokale råvarer gjennom småskalaforedling.

Bak Bondens marked i Norge står Norsk Gardsmat, OIKOS, Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag og Norsk Landbruksamvirke”. (Kilde: <http://www.bondensmarked.no/>)

Paneldeltagerne ble i forkant av høstens møter oppfordret til å besøke Bondens Marked i sin by. Vi så dette som en god anledning til å diskutere en *aktuell* alternativ salgskanal, tilgjengelig i, eller i nærheten av de 7 "panelbyene" (med unntak av Oppland). Bare noen få av deltagerne hadde likevel besøkt markedet. Alle hadde imidlertid fått tilsendt informasjon om markedet på forhånd.

De aller fleste var i utgangspunktet positive til etableringen av Bondens Marked i Norge. "Spennende eksperiment", "suverent initiativ", "genialt" var umiddelbare reaksjoner blant deltagerne. Ideen om torghandel ønskes velkommen (selv om flere påpeker at dette jo ikke er "nytt og revolusjonerende") og flere gir uttrykk for at de lenge har savnet et slikt tilbud.

"Initiativet er suverent, det kan vokse seg til (...). -Kommer man til utlandet er jo en av de store opplevelsene å gå på marked. Grønnsaksmarked, kjøttmarked og fiskemarked"(Deltagere Oslo/Akershus)

"Et artig tiltak, at de kan gjøre det mulig for hvem som helst å stille opp med sine varer uten all verdens restriksjoner, rett og slett stå og selge de (...)" (Deltager Oppland).

"Den ideen om torghandel er jo genial. Jeg var i Italia i sommer og da bodde vi i en liten by med litt over 100 000 innbyggere, der ligger jo byene tett som perler, men der var det et gammelt, ærverdig murbygg med masse butikker som var bittesmå. Der hadde noen fisk og noen hadde ost og mange hadde det samme, og noen hadde fersk pasta. En slags salgshall for masse forskjellig" (Deltager Nord-Trøndelag).

Men til tross for at Bondens Marked oppfattes som et "suverent" og "artig" tiltak hadde de færreste faktisk tatt turen til markedet. For en del var avstanden urimelig lang, som for deltagerne i Oppland eller Kristiansand, med nærmeste marked i hhv. Oslo og Arendal. Andre syntes uansett det var for langt å reise, eller hadde ikke hatt anledning eller tid - *"det passet ikke slik", "jeg tenkte på det – men ble ikke av"*. Enkelte gav dessuten klart uttrykk for å ha liten interesse for denne type tilbud - heller gå i en spesialbutikk som deltageren under sier:

"Jeg føler ikke helt at det er det store savnet mitt, en som selger ost og en som selger agurk... jeg tror ikke bonden som selger kjøtt kan fortelle meg s mye om hva jeg kan bruke det kjøttet til, men det kan kjøtthandleren i mye større grad. Jeg vil gå i kjøttthandlerne og spørre og det samme i fiskebutikken (...)" (Deltager Oslo/Akershus)

Intensjonen med Bondens marked er blant annet å gjøre lokal mat og nisjeprodukter mer tilgjengelig for forbrukerne. Flere av deltagerne mener denne typen marked kan bli en viktig "motvekt" mot kjedene.

"Jeg synes det er et spennende eksperiment, jeg har ikke vært der, men det er et av de nådestøtene man kan sette inn mot folk i systemene, at du slipper produsenten ut (...)" (Deltager Nord-Trøndelag).

....både "vanlig mat" og spesialprodukter...

På spørsmål³ om hva deltagerne er mest interessert i å kjøpe på Bondens Marked, vanlige dagligvarer som frukt, grønnsaker osv., eller spesial-

³ Noen av svarene under er hentet fra spørsmål panelene har svart på individuelt og ikke selve gruppediskusjonen

produkter/nisjeprodukter, er panelene delt i sine oppfatninger. En del gir uttrykk for å være mest interessert i matvarer som er en del av den daglige husholdning, ferskvarer som frukt, grønt, kjøtt og fisk (enkelte er imidlertid skeptiske til å kjøpe lett bederlige varer som kjøtt og fisk), mens andre er mest interessert i produkter med særpreg, eller produkter det er vanskelig å finne i butikkene, som for eksempel vilt. Andre kan tenke seg å kjøpe begge deler. Inntrykket er at det er like interessant, hvis ikke mer – å kjøpe typiske "dagligvarer" som frukt, grønnsaker kjøtt og fisk som spesialprodukter. Dette avhenger også av hva slags marked dette skal være; en "happening" av og til, eller et permanent tilbud:

"Den store interessen ville nok knytte seg til daglige frukt- og grønnsaksprodukter, men også kjøttvarer ville vært interessante. Avhengig av hvilke spesialprodukter som ble tilbudt, ville den nok være interesse for å inkludere disse i det daglige kosthold – eventuelt på bekostning av andre "langreiste varer" (Deltager Oslo/Akershus)

"Vil avhenge av hvor ofte markedet er der. Ved å jobbe i nærheten av torg, kjøper jeg mye grønnsaker, frukt og blomster der når det er torgsesong, fordi tilbudet er stabilt. Ved mer tilfeldige tilbud, slik som for eksempel Bondens marked er lagt opp til i første omgang, vil handelen være mer preget av produkter jeg "faller for" på grunn av særpreg, behov for en gave til noen i nær framtid, spesialprodukter, eller hva jeg tilfeldigvis mangler av dagligvarer hjemme" (Deltager Oppland)

"Det ville nok vært spesialprodukter, småskalaprodukter med særpreg som for eksempel smak-

satt fjærkre, lam og okse, hjemme baket brød, røkt/gravet kjøtt og fisk, økologiske egg og spesielle grønnsaker" (Deltager Telemark).

"... vi kan gjennom den type marked lettere få tilgang til for eksempel vilt, som ellers bare distribueres mer eller mindre hemmelig (...) du kan kjøpe det til veldig høy pris på butikk, som delikatesse (Deltager Oppland)

"Alt man har bruk for i den daglige husholdet som er av god nok kvalitet, som kjøtt, grønnsaker, sopp, bær, fiks, honning, egg og vilt (Deltager Troms)

"En blanding av dagligvarer og spesialprodukter! (Deltager Hordaland)

....forventninger og positive sider ved Bondens Marked....

Det er flere positive sider ved et marked av typen "Bondens marked". Panelene har tidligere gitt uttrykk for frustrasjon over manglende kompetanse og kunnskap blant de ansatte i kjedebutikkene – "enten så kan de ikke svare eller så svarer de feil" (jf rapport nr. 1). Det å kunne møte bonden ansikt til ansikt og ha mulighet til å stille spørsmål både om produktene og hvordan de er produsert – og (forhåpentligvis) få kompetente svar er derfor positivt.

"Det som er morsomt med torghandelen, er at det er fint å stå ansikt til ansikt med den som har laget det og spørre litt hvordan ting er. Det er vanskelig å vite, jeg sitter ikke på Internett og sjekker hvordan tomatene er produsert, jeg kjøper de som ser gode ut. -Moro å spørre de som har produsert det - hvis det er godt, hvordan har de fått det så godt? Hva

kan jeg gjøre? osv. Det får man ikke i matbutikkene
(Deltager Oslo/Akershus)

”Da kan man spørre. Det er problemet med kjeder, når man snakker om kjøtt - enten så vet folk ikke, eller så har de rett og slett ikke mulighet. Bonden vet, for det er hans yrke og han har tilgang til det”
(Deltager Troms)

(...)Ja, spesielt hvis han har foredlet noe som du kan kjøpe, da synes jeg det er veldig artig å kunne snakke med en som vet det (..) (Deltager Nord-Trøndelag)

Andre synes det er mindre viktig at det er bonden selv som står der, men at selgeren er en fagperson som man kan ha tillit til og at man får den informasjonen man etterspør.

(...) det er all right å treffe produsenten, men det må ikke være...jeg var i Helsingfors, det er mange sånne steder rundt om i Europa og så lenge det er folk som har greie på varene, holder det for meg
(Deltager Oslo/Akershus)

*”(....) bare man vet at gulrøttene kommer fra de og de gårdene, det er det som er viktig.
-Det er typisk ildsjelene blant norske bønder som gjør det her, og det må være mulig for bonden som ikke har lyst til å bruke lørdags formiddag på å stå og rope ut varene sine, å være med på det. Heller lage en gruppe og organisere seg(..)”*
(Deltager Oslo/Akershus).

....bedre kvalitet og lavere pris....

På spørsmål om hvilke forventninger man har til maten på et slikt marked er panelene skjønt enige

om at kvaliteten – den bør være bedre enn i butikk. Ved å kutte ledd i distribusjonsprosessen høynes automatisk kvaliteten er oppfatningen. Varene bør være friskere, ferskere og ”renere”. Av samme grunn bør prisene være lavere enn i butikk. Noen påpeker at det må stilles samme krav til merking som i butikkene (dette har i liten grad vært tema) og at det stilles strenge krav til hygiene.

”Jeg forventer friskere varer og faktisk lavere priser enn i butikkene, siden et salgsledd er borte. Dessuten synes jeg vi kan stille samme krav til merking som butikkene må forholde seg til”
(Deltager Vest-Agder)

”Når man hopper over noen ledd i prosessen fra produktet er ferdig produsert og til kjøper slipper maten å bli fraktet fram og tilbake (...) og viktigst av alt er at man støtter småbøndene og det lokale næringslivet”
(Deltager Troms)

”Ferskere og renere mht matsminke og annen etterbehandling av produktene”
(Deltager Telemark)

”At det var god kvalitet, dvs mer vekt på smakskvalitet enn utseende. At maten er håndtert hygienisk og at selgeren har kunnskap om produktene
(Deltager Telemark)

... erfaringer og forbedringer.....

Blant de som faktisk hadde besøkt et av de 9 markedene⁴ rundt om i landet var erfaringene og synspunktene delte. Til tross for at de fleste hadde en positiv innstilling og flere gav uttrykk for at de hadde hatt en ”fin opplevelse” og en ”trivelig dag” og flere hadde kjøpt ulike varer (*Geitost, honning,*

⁴ Om lag en tredjedel av deltagerne, ca 20 stk

syltetøy, flatbrød og tradisjonsfisk ble innkjøpt og spist med tilfredshet), var det likevel en del å "sette fingeren på". Bondens marked har, i fleres øyne, et klart forbedringspotensial.

..... for dyrt...

Flere syntes mange av produktene var for dyre. Ved direkte salg av mat er det en forventning blant mange at prisene bør være lavere enn i butikken. Selv om flere gir uttrykk for villighet til å betale mer for opplevelsen av "bedre kvalitet", mer for spesialprodukter (jf kap 2 om lokal mat)– så går det en grense! Prisen sto ikke i forhold til hva man fikk mente noen. Det understrekes at den positive interessen fra forbrukernes side ikke må "prises bort".

"Selv om det var masse fine ting, så var det for dyrt.

-Det var inntrykket jeg fikk også. Jeg kjøpte ingenting.

-Vi handlet eplemost og andre ting som var veldig godt, men prisene var topp, kunne nesten gått på Polet og kjøpt en flaske vin isteden (...).

-Mitt inntrykk var at det var mer for å presentere seg enn for å handle. Det var ikke tilbud, det var for å vise seg fram.

-Men potensielle kunder vil ikke ha høye priser.

-De må ikke prise interessen vekk.

(...)Bondens marked er et alternativ, så kutter de ut alle mellomledd og selger varene så dyrt som ingen butikk kunne klart å selge de -, sånn at det har litt med hva folk har råd til å kjøpe (Deltagere Hordaland)

"Jeg har hørt at det var ganske dyrt.

-Ja, det forbauset meg også, noen varer var atskillig billigere enn i butikken, men andre lå på samme pris, eller dyrere til og med. Det forbauser meg, for det er jo penger som bonden kan putte rett i lomma.

-Det der skjønner jeg ikke, det er bonden som er egoist" (Deltagere Vest-Agder)

"De hadde geitekjøtt - og jeg må si at det var det dyreste beinet jeg har kjøpt. Og vi var og så på hjemmelaget flatbrød, det var en liten trekantet pakke, den skulle de ha nitti kroner for - der kommer jeg inn på pris. Geitekjøttet var også dyrt, ut fra det du fikk. (Deltagere Hordaland)".

...utvalget kunne vært bedre.....

Flere syntes utvalget av produkter var for lite – for "tynt". Noen savnet større utvalg av ferskvarer som kjøtt, fisk, frukt og grønt samt foredlede produkter. Enkelte av deltagerne gav uttrykk for misnøye med sammenblandingen av husflidprodukter og annen "non-food". Inntrykket er at flere generelt syntes det ble for mye honning, krydder og lignende og for lite "mat".

"Jeg var tilfeldigvis der nå på lørdag, så det skulle være i Skien, men var tilfeldigvis i Arendal på lørdag og så det var Bondens Marked i gågata der. Men jeg ble skuffet. Det var begrenset vareutvalg, det var noen urtesåper og noen urtekremer, helseprodukter. Og så var det frukt og grønnsaker, tre, fire produsenter av det. Men ikke kjøtt eller fisk..., bonden kan jo foredle fisk, røkt eller..., men det var ingen ting av det (...)(Deltager Telemark).

"Jeg kjøpte pyntegresskar, krydder og varm får-i-kål. Ville gjerne ha kjøpt kjøtt, økologiske egg og grønnsaker, men det var det ikke tilbud om, mao lite utvalg" (Deltager Telemark)

"Jeg besøkte Bondens marked hele tre ganger og kjøpte da grønnsaker, vinterforsyning med ved og andre bearbejdede hjemmeproduerte produkter.

Utvalget av produkter kunne vært større. Jeg misliker at slike markeder rotes sammen med omsetning av husflidprodukter. Grunnen er at jeg er redd for at disse produktene i for stor grad overtar og ikke har lokal tilknytning. Bondens marked må utvides til å også omfatte ferskvarer innen fisk og kjøtt, sopp, bær og” (Deltager Troms)

”Jeg opplevde markedet stort sett positivt. Kjøpte noen økologiske grønnsaker og brød bakst med økologisk mel, dessuten pærer, epler, plommer, tomater, purre, knutekål og honning(...). Hos en bonde var utvalget stort og han hadde mange kunder, selv om han ikke engang hadde priset alle varene sine – flere av de andre hadde et meget begrenset utvalg, men til sammen ble det jo en del å velge i. Vi reiste i en time til dette markedet, kunne nok ha ønsket oss et større marked (Deltager Vest-Agder)

...for dårlig presentert...

Enkelte var også kritiske til selve presentasjonen av produktene. Et par av deltagerne i Bergen pekte på at det var vanskelig å få sett varene skikkelig og at bøndene var ”gjerrige” på smaksprøvene. Lokaliseringen var også uheldig med en sammenblanding av fotgjengere og bilister og flere syntes å være enige i at det ble vel mye ”sirkus”; mye folk, kjøp og lite handel.

”Jeg var på Lagunen på det samme markedet på lørdag, de hadde litt variabelt, det var dårlig presentert, jeg fant for øvrig en god ost (...).”

”Det jeg reagerte mye på - vi så ingenting, det som var av smaksprøver, var miniatyr, så du fikk ikke smakt hva det var da du puttet det i munnen”.

-(...)Jeg syntes det var trivelig å gå der og se, men det var dårlig presentert”.

-... men takke meg til... en gang i året er greit.

EB: Var presentasjonen dårlig eller var produktene..?

-Noen var flinke, de hadde jo f.eks. smaksprøver, men det så ut som de smuldret ost, det blir litt vel primitivt.

EB: Gjerrig?

-Ja, og så topp priser selvfølgelig.

-Litt av problemet var lokaliseringen og dårlig måte å legge opp, det var en uheldig blanding av fotgjengere og trafikk, biltrafikk.

-Det kan du si når det var på Torgalmenningen(...).

-Jeg har ikke sagt at alt var dårlig, men jeg var kritisk til presentasjonen.

-Det var veldig mye folk der.

EB: Men hvis dere skulle gi noen råd til de som selger produktene sine, hvordan skulle det vært?

-Presentere det på en helt annen måte.

-Mer vanlig torghandel.

-Jeg tror kanskje de hadde hatt mer utbytte av å spre det utover på flere bydeler enn å samle det opp alt på ett område der de står i kjøp.

-Det ble mye sirkus.

-Det ble i hvert fall ingen lørdagshandel.

-Hvorfor må det være lørdag? Det er jo den dagen jeg unngår såne...”

(Deltagere Hordaland).

Fremfor ett stort marked foreslås flere små, slik at det blir mindre preg av ”sirkus” og større preg av vanlig torghandel.

...det var uhygienisk...

En annen kritikk var hygiene. Et par av deltagerne mente hygienepå markedet i Bergen var for dårlig ivaretatt.

”(...) For det første fant vi veldig mye av det som var rundt i disse bodene uhygienisk, for det var

hjemmelaget pølse, hjemmelaget leverpostei, det lå framme på bordene i boden helt fram til den flokken med publikum, som hostet og nøs og alt det andre...det ville jeg aldri kjøpt”

EB: Var det uhygienisk?

”Jeg har jo førti år i kokkefaget, så jeg tenker hygiene med det samme jeg tenker mat (...).

(Deltagere Hordaland)

Flere av deltagerne gav på generell basis uttrykk for skepsis til salg av mat på åpne markeder, særlig ferskmat. Det ble understreket av man som forbruker må være sikker på at maten er helsemessig trygg –dette gjelder uansett hvor den kjøpes. Det er derfor en forutsetning at også distribusjon utenom butikk underlegges streng offentlig kontroll .

”(…) Men hvis alle skulle kunne selge fritt, da må man iallfall styrke leddet som kontrollerer, både kvalitet og helsemessig kontroll” (..) (Deltager Vest-Agder)

”Jeg kjenner jeg blir litt betenkt med en gang det blir for mangfoldig, av hensyn til hygienen. Vi vil jo ikke at alle skal stå og kokkelere ved kjøkkenbenken og stå og selge det heller, det er fint med kontroll.

-Du må forholde deg til retningslinjer fra Næringsmiddeltilsynet(...)” (Deltagere Oppland).

”Jeg er i tvil om melkeprodukter og oster kan selges på denne måten, men det burde også kunne la seg gjøre hvis den offentlige kvalitetskontrollen er god” (Deltager Vest-Agder)

”(…) Jeg mener det skal være kjøtt der og det kan være fisk (...)

-Da må det være kjøledisker der da, i sommerhalvåret.

-Ja, en diskusjon det der.... 30 varmegrader og gå på markedet i Frankrike og kjøpe kjøtt - er ikke så fris-

tende. Og i hvert fall ikke fisk (...).

(Deltagere Oppland)

... det må være tilgjengelig....

På spørsmål om hva som skal til for at deltagerne skal benytte seg av et handlested som Bondens marked er deltagerne samstemte; det må være i nærheten! Det er helt grunnleggende og avgjørende at markedet er lokalisert i nærheten av der man bor, jobber eller av en eller annen grunn har et ærend. Inntrykket er at det nærmest må være ”snublende” nært – selv på en lørdag. Det må ikke bli en ”gedigen” utflukt.

”(…)Jeg synes det er kjempefint og jeg støtter det, men for meg er det litt sånn, ideologien bak er bra, og kommer det til Majorstua, kommer jeg til å sjekke det, men kommer ikke til å gjøre det til innkjøpssted for meg. Det tar et kvarter med bussen og det akter jeg ikke å gjøre på en lørdag”

(Deltager Oslo/Akershus)

”Jeg tror det først og fremst måtte være for at jeg var i nærheten, jeg tviler på at jeg ville ha reist til byen for å gå på det. Og jeg vet ikke om jeg vil ha all mulig mat presentert på den måten” (Deltager Oppland).

”Det må være i den lokale byen der du handler til vanlig (...) (Deltager Telemark).

”Det må være en tid da det ikke er masse rush, og lokalisering har mye å si. At det ikke blir for langt, at det ikke blir en gedigen utflukt av det

-(..) (Deltagere Hordaland).

Samtidig bør markedet være fast, helst ukentlig og ikke bare en og annen lørdag i løpet av høsten. Det må gjøres kjent og ”innarbeides” blant forbrukerne. Her er markedsføring og informasjon sentralt:

"Skal Bondens Marked bli en suksess, må det være tilgjengelig, ikke bare to, tre ganger på høsten. (...)"
(Deltager Troms)

"Hvis han hadde vært hver lørdag på torget. Bonde Gulbrandsen fra Voss, f eks, da hadde jeg sikkert vært der" (Deltager Hordaland)

"Jeg føler litt for Bondens marked, om de kunne være der en gang i uka, hver dag f eks, fra morgen til kveld og det samme hvordan været er, det må være sikkert at de er der slik at folk venner seg til at de kommer (...)" (Deltager Nord-Trøndelag).

....en salgshall i hver by....

Bondens marked er bra – "overbygde" salgshaller enda bedre!

Flere foreslår å opprette salgshaller i alle norske byer, etter modell av de overbygde salgshallene kontinentet. En salgshall vil gi forbrukerne spesialbutikken tilbake, bare i et "nytt system".

"Men en ting jeg savner, er de overbyggede torgene. Merkelig at vi ikke har det, sånn som i Sverige, der de har 'saluhaller'. Der blir jeg salig...

-Vi har jo en liten en i Bergen, da, det er masse delikatesser der...kjøttbasaren, det er en gammel murbygning som er gjort om til en salgshall. Og jeg har vært i Vancouver, der er det helt fantastisk med sånne haller.(Deltagere Vest-Agder)

"Jeg kunne tenkt meg sånne matvarehaller som de har i utlandet. I Sverige når man kommer inn på et sånt, er det så lekkert og all den lekre frukten og de har

masse forskjellige disker med forskjellig utvalg og ett sted var det geit og alligator..."(Deltager Hordaland)

"Jeg kunne tenke meg et stormarked, men det stormarkedet skulle vært oppdelt i egen fiskeavdeling, egen kjøttavdeling, egen grønnsakavdeling. At du hadde spesialforretninger og kompetansen i hver enkelt forretning. Spesialforretningen tilbake, men i et nytt system"

EB:Så man slipper å gå fra spesialbutikk til spesialbutikk?

"Ja, og gjerne ha forskjellige kvaliteter.

-Nedover i Europa, i Frankrike og Italia, er det egne markedshaller, faste dager hvor det bugner av alt mulig av kjøtt og fisk og sjømat og frukt og grønnsaker (...).Jeg savner det". (Deltager Telemark)

3.2 Salg av mat direkte fra gård og båt

Flere av deltagerne handler mat direkte fra gård – (noen fra båt). Spesielt gjelder det deltagere i panelene i Nord-Trøndelag, Oppland, Telemark og Troms - generelt de som bor utenfor byene med gårdsbruk i relativ nærhet. Deltagerne handler som oftest hos naboer, familie og kjente i området, eller de kjøper på bakgrunn av annonser i avisen. Inntrykket er at det "det går mye på bekjentskaper", særlig når det gjelder kjøp av kjøtt. Noen handler fast fra gård, for eksempel kjøtt til jul, vilt om høsten - andre gjør det mer sporadisk, alt ettersom anledningen byr seg. I tillegg til kjøtt kjøper flere egg og grønnsaker direkte fra gård – i liten grad foredlede produkter.

EB:Du har også kjøpt direkte fra gård?

"Det er fordi det ikke er så langt fra der vi bor, det er en bonde som produserer grønnsaker og egg og

selger fra kjelleren sin, og har veldig fine grønnsaker. Der kan hvem som helst gå og kjøpe, men vi vet om det og det er venner og venners venner som kjøper(...)"(Deltager Hordaland)

"Jeg har en nabo som driver eggproduksjon, og ganske ofte kjøper jeg nylagte egg. Veldig god kvalitet på eggene (Deltager Nord-Trøndelag).

"I nabolaget vårt driver et ungt par et lite småbruk. De har åpnet gårdsalg, mange typer poteter, bl a mandelpotet. Og han har 40 høns, selger egg og hun lager gelé av bær. Og gulrot og løk, har pakket det i pakker, 5 kg gulrot, 5 kg poteter, forskjellige sorter med navn og grei (...)til jul har han... mange kilo medisterdeig og to kilo julepølse og sånn i en pakning, det passer mindre husholdninger som ikke har fryseboks. Markedet er all right, men det må innarbeides, trønderne er veldig raske, de, bare de får tenkt seg om... men det må innarbeides (...). (Deltagere Nord-Trøndelag)

*"I to år nå ha jeg kjøpt sylte fra Innerøya, de har sånn gårds...og så lager de sennepssaus. Og jeg venter på at de kommer med det. Jeg kjøper sylte og rull der i år også, litt dyrere, men det er ordentlig; sånn skal sylta være (Deltager Trøndelag)
"(...) Jeg kjøpte en gris til jul i fjor, bestilte en halv i fjor og en hel i år. Maken til svinekjøtt har jeg aldri spist, det var utrolig godt, desidert førsteklasses kvalitet, og jeg vil fortsette med det(...)" (Deltager Telemark)*

.....det må helst være i nærheten...

Enkelte av paneldeltagerne forteller at de er villig til å kjøre et godt stykke vei for å handle direkte fra gård, dersom kvaliteten er god. En av deltagerne reiser fra Bergen til Os for å kjøpe torsk, direkte fra fiskeren.

EB: Kunne dere tenke dere å kjøre så langt?

"Ikke fast hver uke, men en gang i blant.

-Vi kjører jo mange mil til Sverige, for å få bedre kvalitet. Ikke at det er så mye billigere og jeg kjøper mye mer, så det...Men klart jeg er villig til å reise etter kvalitet.

-Jeg gjør jo det rett som det er, kjøper ny forsyning av grønnsaker og kjøper høstforsyning av elg og juleforsyning av gris. Jeg oppbevarer og bearbeider det selv. Så jeg gjør på mange måter det i dag, og for meg fungerer det bra. Jeg synes jeg får så mange gode matopplevelser, at jeg kunne tenke meg at flere også kunne få det". (Deltagere Telemark)

"Jeg drar ofte langt for å kjøpe agurker og tomater og grønnsaker om sommeren hvis jeg vet at det er god kvalitet. Og jeg drar til Os for å kjøpe torsk. Jeg har en kollega som har telefonnummeret til fiskermanden, og som tar med seg pensjonerte kollegaer, ringer opp og spør; hva han har og så drar de på torsketur - fisker ikke selv, men kjøper av ham (...)" (Deltager Hordaland)

Men for de aller fleste er den viktigste forutsetningen for å reise til et gårdsalg at det er i nærheten. Dersom det ikke ligger "i leia" for daglige gjøremål knyttet til arbeidssted, bosted, henting av barn i barnehage osv., vil handel direkte fra gård ikke være et reelt alternativ til butikk.

EB: De som ikke har handlet i gårdsbutikker, kunne dere tenke dere å gjøre det?

"(...) det som jeg synes er et dilemma, det er travelt og hvis jeg må kjøre mange mil for å komme til en gårdsbutikk, blir det ikke noe av. For å gå på Domus, ligger liksom i leia, der du farer forbi, men må du kjøre en tur, er det noe med tilgang og kort vei, du må ikke frakte maten for langt, særlig hvis du skal

kjøre i smått. Skal du kjøre 5 – 10 mil hver uke, så entusiastisk er jeg ikke. Så det må være i nærheten (Deltager Nord-Trøndelag).

"(...)Inntil en viss grense. Jeg kan godt reise tre, fire mil, ikke noe særlig over det. Eller hvis jeg hadde noen ærender.(...)(Deltager Telemark).

"Nå kjøpte jeg ost fra Tyssnes, og det er klart at jeg hadde helt sikkert ikke kjørt til Tyssnes bare for å kjøpe ost(...) (Deltager Hordaland).

Man reiser ikke fra Bergen til Tysnes bare for å kjøpe ost. For å "lokke" folk til gårdene for å kjøpe mat må gården tilby mer enn bare salg av mat. Som en sier det; moderne mennesker har materielt sett det meste, men søker opplevelser. "Klappe litt på kua" eller "snakke litt med hønene" kan være et opplevelse, kanskje spesielt for byfolk som har liten eller ingen kontakt med verken dyr eller gårdsdrift.

"Det kan være en opplevelse.

-Ja, for en gangs skyld, kanskje, men ikke for å skaffe sånn vanlig...det hadde vært den gangen da og kanskje vi kunne gjenta det hvis vi fikk kjøpt i store mengder (...).

-(...) For barnefamilier ville det vært en ide med en annonse i avisen; kom og kjøp våre friske epler og barna kan få klappe geitene og...

-Og barna kan velge et lam om våren og få det hjem til høsten og følge det hele sommeren...(...).

-Det vil være forbeholdt de som har litt ekstra ressurser, for i en normal hverdag i en barnefamilie er ofte travel (...) (Deltagere Hordaland).

"Det er noe med opplevelsen ved å handle, for vi har egentlig det vi trenger. Det dagens moderne men-

neske vil ha, er en opplevelse knyttet til ting, og du får en annen opplevelse ved å kjøpe den torsken på en båt enn å kjøpe en ferdig pakke med 400 gram i butikken. -Det er noe de kan bruke, selge opplevelsen av norsk mat og Godt Norsk og spille på det...

EB: Hva skal de spille på, hva gir en opplevelse?

-Det vi snakket om, f.eks at man kan gå på gården og kjøpe det der.

EB: Hva er opplevelsen der da?

-Snakke litt med hønene...(latter)

-Klappe litt på kua (...) (Deltagere Vest-Agder)

...kvalitet i særklasse....

Kvalitet er stikkordet når man spør om erfaringene med kjøp av mat direkte fra gård. Kvaliteten fremheves som bedre og ofte i en annen klasse sammenlignet med mat kjøpt i butikk. Sylta er "ordentlig", eggene "nylagte", grønnsakene "fine", "friske" og "sprø" – svinekjøttet "førsteklasses – aldri smakt bedre" osv. Forventingene til kvalitet er generelt høyere ved kjøp av mat direkte fra gård. Ved å avkorte reisetiden og fjerne ledd blir kvaliteten nesten automatisk høyere mener flere. Jo kortere "reisetid" og jo mindre "håndtering" jo ferskere og bedre er produktene.

"(...) Kvaliteten ville jo automatisk blitt bedre hvis du drar hjem til en bonde, så er det (maten) jo helt nytt, det har jo bare' ligget der'.

(...) Kvaliteten på frukt og grønnsaker blir dårlig av å bli håndtert, jo mindre, jo bedre (Deltagere Oppland)

"Det er grunnen til at det går så godt nede på fiskebrygga, det er ikke fordi den torsken er billigere, tvert i mot, det er for at man får se varen helt fersk" (Deltager Vest-Agder)

En annen fordel ved kjøp av mat direkte fra gård er muligheten til selv å se hvordan dyra har hatt det og hvordan gården drives. Man vet hva man får når man kjøper direkte fra bonden:

"Du har jo mulighet til å se hvordan dyret faktisk har hatt det, hvor det kommer fra, hvordan ser det ut der. (...) hvis du ønsker et lår eller en indrefilet, kan du kjøpe det (...) og de har hele slakt også. Og du kan få kjøpt deler av dyret som de kanskje ikke har i butikken (...). -Grunnen til at jeg går på den plassen og kjøper det dyret jeg skal ha, er at jeg vet at det er økologisk, at det ikke er spredd kunstgjødning på åkrene. Så jeg vet at det kjøttet jeg kjøper, er friskt. (Deltager Nord-Trøndelag)

"(...) Du ser det med en gang du kommer inn på gårdsplassen, hvordan stellet på gården er. Hvordan den drives. -Og du får vite litt om hvilken bakgrunn og du vet at det ikke er fraktet halve Norge rundt eller fra Botswana. (...) (Deltager Nord-Trøndelag)

"Det med å ha en produsent som også selger fra egen gård, det som hadde vært et pluss med det, er at man hadde hatt tillit til at man får det man forventer å få. For det er ofte det som er problemet, en gang er det sånn og neste gang er det sånn. Jeg har ikke tillit til at jeg får det jeg skal ha (...). (Deltager Hordaland).

...hygiene viktig... men går vi for langt?

I likhet med salg av mat på marked, kommer flere inn på spørsmål om hygiene ved salg av mat direkte fra gård/småskalaproduksjon. Det er en forutsetning at maten er og oppleves som trygg - derfor er det også viktig at distribusjon utenom ordinære salgskanaler, så som salg av mat fra gård,

underlegges streng kontroll fra myndighetenes side. Når det er sagt er det likevel flere som stiller spørsmålet om vi ikke kanskje har blitt for opptatt av hygiene. Er det sunt at alt er "klinisk rent"? Må man ikke herdes? Er bakterier farlige? Diskusjonen i Vest-Agder panelet illustrerer:

"(...)det må jo være en eller annen myndighetsform som setter kvalitetskrav, minimumskrav til både hygiene og kvalitet på produktet og slaktemåte og alt det der.

-Hvis det er på plass... Sponheim fortalte da jeg var i Oslo..., det skal liksom henge en form for sertifikat på utsalgstedet, som tilfredsstillende disse kravene (...). -Jeg tror man bør fire litt på det med hygieneregler, det blir nesten litt absurd av og til, at alt skal være nesten klinisk rent. Litt bakterier er ikke farlig, det er ikke virus det er snakk om her.

-Kjøtt og fisk, det er der det er strengest krav til kvalitet. Men ikke sånn som vi fikk servert her for noen år siden, at det var krummingen på agurken som ...,det er å gå for langt.

EB: Må man fire på hygiene for å tilrettelegge for lokal produksjon? F eks av ost?

-Døde det noen folk i gamle dager da de slaktet på gården.? Overlevde de ikke, eller var det noen som strøk med?

-Det er jo noen som mener at vi spiser for ren mat nå for tiden, at det er derfor det er så mye allergi. For vi er ikke blitt herdet nok i oppveksten ved å få i oss litt av hvert. Og når vi er på reise rundt omkring i verden, så kan vi ikke regne med at næringsmiddeltilsynet har vært alle steder. Så kanskje dere har rett, at det faktisk stilles for store krav til hygiene her.

-Bakterier har alltid skadet folk, folk har dødd som fluer av bakterier. Vi behøver ikke gå mer enn 50 år tilbake, folk døde som fluer av bakterier. Men jeg er

enig i at Næringsmiddeltilsynet går litt langt, de var til og med på jakt etter de som stekte vafler på da går de litt langt.

-Ta f.eks. barnehager, de mener at de er for beskyttet.

De blir fort syke og de blir allergiske, vi må få noe inn for å øke immunforsvaret.

EB: Bør hensynet til mangfold, lokalproduksjon osv gå foran hensynet til hygiene?

-Med ost, f.eks. all melk må være pasteurisert først.

-Det er veldig skummelt, jeg er litt redd det der.

-Jeg har ingen god følelse for det der...

-I Frankrike spiser de jo sånne oster over en lav sko.

-Men de har jo en bakterieflora som har vendt seg til den typen, ikke sant. Men det vil ta tid.

-Man blir jo ikke syk av å reise til Frankrike og spise upasteurisert ost.

-Men det må mer kontroll inn i bildet.

(Deltagere Vest-Agder)

Mens noen er engstelige for hygienen i lokal produksjon, mener andre det er større grunn til å frykte sykdom som følge av dårlig hygiene ved industriell produksjon; heller kjøpe kjøtt fra en liten produsent enn fra en større. Det er større grunn til å stole på bonden enn på leverandørene er oppfatningen. Og butikken; kan vi stole på den?

"Man må vite hvilke hygieniske regler som gjelder på det stedet, man må gjerne ha kommet innenfor døra før man kjøper, se litt.

-Dette synes jeg er litt merkelig, for når vi går på CC tror vi at alt er helt rent og sikkert og alt er greit, vi stiller ikke spørsmål ved noen ting bortsett fra Prior og sånn. Og vi vet på mange måter at mye av de største og vanskeligste sykdommene som spres, de spres gjennom masseproduksjon av kjøtt. Det er masseproduksjon av matvarer som gjør at vi får de

mest alvorlige utfallene her, salmonella og jeg kan ikke navnet på alt. Det er først nå, da det er blitt masseproduksjon av rakefisk at de begynner å finne ting i rakefisken (...)

-(...) jeg kjenner at jeg er litt fordomsfull, for jeg vet jo ikke noe mer om det kjøttet som fraktes fra bonden til Gilde og videre til Rema eller HK.

-På Gilde kommer dyrene levende inn og der har de fått bøter for de ikke er rene nok. Og de kommer ikke ut derfra før de er ferdig pakket og alt er klart.

-Men kjøttstykkene som ligger i CC-disken, hvordan er de kommet dit?

-Det er utdannede slaktere og kokker som får jobbe der, og der er det veldig strengt, husk å vaske hender, og kontroller og sånn.

EB: Du stoler på dem, men ikke helt på bonden?

-Mer i hvert fall enn hvem som helst ellers.

-(...) Jeg vil ikke gå ned på hygienekravene, men jeg aksepterer i og for seg at hygienen blir oftere kontrollert av noen andre desto større produksjonen er, det er logisk. Men jeg har en oppfatning om at kravet til hygiene må være til stede. Jeg har drukket upasteurisert melk i svangerskapet også jeg, det gikk fint. Men bør man gjøre det? (Deltagere Oppland)

Diskusjonene over reiser spørsmål ved hva som er tryggest; masseprodusert eller småskala? Hva slags risiko aksepterer vi? Hvilke krav skal stilles til gårdssalg og småskalaprodusenter? Flere er skeptiske til kjøp av mat på gård av hensyn til hygiene – men hva med kjøp av mat i butikk? Kan man stole på tryggheten her? Salg av mat på gård etc må være regulert og underlagt kontroll er hovedoppfatningen blant deltagerne. Men samtidig er oppfatningen blant mange den at regelverket og kontrollen ikke må være så streng at småprodusenter ikke kan overleve. Det må ikke bli

absurd. Dette er en balansegang hvor hensynet til folks helse må veie tyngst, samtidig som regelverket ikke må gå over i det absurde. Et for strengt regelverk kan være til hinder for mangfold:

"(...) kravene må være relevante og ikke så strenge og unyanserte at bare storprodusentene kan overleve – for eksempel bør ikke nystekte vafler på gatehjørnene karakteriseres som helsefarlige og gård-sanlegg med småskala turistservering bør ikke ha samme krav til produksjonsanlegg og formaliteter som et storkjøkken" (Deltager Vest-Agder)

"-Det var vel en som nettopp nå ble stoppet av Næringsmiddeltilsynet, en kvinne som produserte oster, det var her i Agder et sted....folk hadde jo kjempegod tillit til produksjonen, og det smakte godt, men det ble stoppet. Et eller annet som manglet, selv om det var kjempegod hygiene der, var det et eller annet som manglet.

EB: Bør man stille samme kravet til lokale produsenter som til større?

"Absolutt ikke....det ødelegger alt.

-Du ødelegger mye av mangfoldet på den måten (Deltagere Vest-Agder)

...myndighetene må tilrettelegge...

Flere syntes det er viktig at det tilrettelegges for muligheten til å distribuere mat direkte til forbruker. Det understrekes at det ikke må hindre av et byråkratisk og uhensiktsmessig regelverk. Både "kortreist mat" og økologisk mat er av flere grunner positivt og bør derfor oppmuntres. Enkelte foreslår at mat solgt direkte fra gård for eksempel fritas for skatter og avgifter.

(...) Bøndene må satse mer på direkte salg og de bør få skattefritak på det de selger direkte til kunden for å overleve i konkurransen.

-Det kan være løsningen, men uansett vil de jo...

-EØS sier jo nei til sånt (...) (Deltagere Hordaland).

"Mat produsert og solgt fra gård bør fritas fra moms (...) (Deltager Troms)

(...) Men hvis man konkret skulle gjøre noe, så ville jeg si i hvert fall at det ville være relativt enkelt for de som vil produsere mat å selge det hos seg selv, tilsvarende at Bondens Marked. Og at man ikke ødela alt det med for strengt byråkrati.(...) (Deltagere Oppland)

3.3 "Potetbuer" - salg av mat langs veien

Salg av frukt og grønnsaker langs veien er et vanlig fenomen i distriktene. Typiske produkter er jordbær, poteter, gulrøtter, egg og frukt. Flere av deltagerne har erfaring med denne typen distribusjon. Trønderne forteller om såkalte potetbuer som står plassert langs veien. Disse buene er selvbetjente og fungerer ved at man forsyner seg med det man vil ha, poteter, gulrøtter, løk etc, betalingen skjer ved at man legger penger i en konvolutt eller sender en giro i posten. Til og med kaker kan man få kjøpt på denne måten fortelles det; man ringer på forhånd og kaken settes i bua. Prisen er stort sett lavere enn i butikken. En billig og "grei" måte å gjøre det på som har blitt populær fortelles det:

"Og gulrot og løk, har pakket det i pakker, 5 kg gulrot, 5 kg poteter, forskjellige sorter med navn. Vi leg-

ger penger i en konvolutt og legger den i en kasse som er låst, det fungerer veldig godt. Du kan bare gå å plukke, det er åpent når du vil.

EB: Kun poteter og gulrot?

-Nei, de baker til og med kaker, du ringer og de setter den i bua, og så henter du den der.

-Kvæffjordkake..

-Og kålrot...

-Og egg og...

-Det jeg kjøper når jeg kjører til og fra jobb, er poteter og gulrøtter (...).

EB: Noe som har eksistert lenge?

-Ja, en stund.

-Det har blitt veldig populært, det bare popper opp med slike buer.

-Og det er ganske billig og grei måte å gjøre det på, bare pakke det ferdig og legge det på en rampe (Deltagere Nord-Trøndelag)

"Og noen har en stand langs veien, enten med kasser med epler med giro hvor du kan ta hvor mange kasser du vil og betale med giro i posten, det er i Sauherad. Eller du kan putte penger opp i en kurv, og det kan gjelde grønnsaker fra Toten eller utover i landdistriktene her også(...)

-Eksotisk for deg som kommer fra Oslo....

-I Danmark er det veldig vanlig, har vært det i mange år.

-Og på Vestlandet, der er det på samme måten(...).

EB: Hva synes der om den type distribusjon?

-Veldig greit.

-Kjempegreit. (Deltagere Telemark)

Et par av deltagerne i Nord-Trøndelag forteller om en "nyvinning" som er introdusert den senere tid; en potetautomat med kjølesystem. Fordelen med denne sammenlignet med de tradisjonelle buene

er at potetene kan stå ute i all slags vær og vognen holder til enhver tid riktig temperatur. Her er prinsippet imidlertid "pengene først – så potet"!

"Det har kommet en nyvinning nå, den står oppe på Lunkeveien på riksvei 705, en sånn kjølevogn med poteter som ligger inni der med riktig temperatur til enhver tid, de står ute hele vinteren, fryser ikke, i stedet for de her buene som står med poteter som må tas inn hver gang det er mindre enn fire varmegrader. Du kjører et stykke fra Heimdal opp mot Selbu...du kan putte på penger og får en pose poteter som er lagret nøyaktig.

-Det var om det på "Norge i dag"....

-Det er en potetautomat, kjølevogn, selvbetjening, Vi stoler på hverandre her, skjønner du..

-Poteter skal ikke ha mindre enn fire grader, derfor blir det visse dager som man ikke kan få kjøpt poteter langs veien. Men nå ha de ordnet så det er riktig temperatur hele tida.

-Da må dere kjøpe mandelpoteter som er på Brennmoen, den er god.(Deltagere Nord-Trøndelag)

"Buer" og "potetautomater" beskrives som "kjempegreit" og "billig" – i tillegg er det tilgjengelig og døgnåpent. Systemet er basert på gjensidig tillit; kjøperne stoler på at det er bonden selv som har produsert varene og at kvaliteten er bra – og bonden stoler på at de som forsyner seg også betaler. På spørsmål om det fungerer (en litt forundret prosjektleder) er svaret :man stoler på hverandre her skjønner du!

EB: Hvordan fungerer det?

-Det går på tillit, da.

-Det fungerer kjempefint.

-Det står en pris for f.eks epler eller gulrøtter eller

poteter. Og det er gjerne to eller tre produkter de selger, kanskje bare ett produkt. Og så tar du det du skal ha, og betaler det i en kasse som står der (Deltager Telemark).

EB: Kjøper dere av bønder dere kjenner?

-Nei, det er basert på tillit og vi vet at de har produsert det selv.

-Og de pleier å ha rubrikkannonser i ...vi har nå poteter i... (Deltagere Nord-Trøndelag)

Et produkt som kanskje særlig kjøpes på denne måten er jordbær. Jordbær dyrkere trekkes frem som et godt eksempel på at det er mulig å etablere et salgsapparat på siden av kjedene.

"Jordbær dyrkere har egentlig en fantastisk distribusjons- og salgsapparat som er på siden av kjedene, det er det eneste produktet som i all hovedsak selges utenom kjedebutikkene. De har utsalgssteder i veikant og torg og hvor det måtte være. På den måten får de det solgt, det skjer ikke med andre ...

-Jo, når du kjører langs veien ser du poteter fra gård og egg og... (...). (Deltagere Troms)

Kjøp av mat på denne måten er i liten grad noe man planlegger, men et tilbud man benytter seg av det dersom en kjører forbi; til eller fra jobb, eller andre gjøremål.

"Jordbær ligger jo der, bare fra jobb og hjem har du passer mange stasjoner hvor de selger jordbær. Da stopper man gjerne fordi man er i området" (Deltager Troms).

"(...) Det jeg kjøper når jeg kjører til og fra jobb, er poteter og gulrøtter" (Deltager Nord-Trøndelag)

EB: Hvor ofte benytter dere denne type tilbud?

"På veien blir det impuls kjøp, hvis jeg er der og da og blir fristet av det, så blir det impuls kjøp. Men det er ikke akkurat vanlig å kjøre en tur for å se om det står epler langs veien" (Deltager Telemark).

3.4 Fiskebil og andre biler

Distribusjon av mat fra bil, særlig fisk, er et annet eksisterende alternativ til butikk. Salg av fisk fra bil er en måte å distribuere fisk på som har eksistert i mange år, likeledes salg av is. Noen forteller om brødbil og i "gamle dager" ble det solgt egg og margarin på dørene fortelles det. I dag eksisterer både fiskebil og isbil flere steder i landet. Flere av deltagerne har sporadisk kjøpt både fisk og is fra bil, men ingen gjør det "fast". Enkelte gir uttrykk for at frukt og grønnsaker kunne vært interessant å distribuere på denne måten. Salg av mat fra bil kan være et fint tilbud for de som har lang vei til butikk mener noen.

"Jo, det gjør vi, om sommeren.

-Det hender på en lørdag.

-Ungene blir jo helt ville når de hører den melodien.

-Når man har så langt til butikken, er jo nesten isen tint innen man kommer hjem, da er det fint at man kan kjøpe det fra bil" (Deltagere Troms)

"Fiskebil hadde vi før.

-Jeg har hørt om det, men aldri sett en.

-(...) En gang kjøpte jeg steinbitfilet, og den var veldig bra, så var det ikke for at vi hadde fisket selv, så hadde jeg kjøpt hos ham" (Deltager Oslo/Akershus).

"For et års tid siden kom det en fiskebil i området der jeg bor, som hadde fin frossenfisk, men det tok

det slutt på. Det var fisk som var frosset få fiskefeltet og pakket i kartonger, veldig fin fisk, skinn og beinfri, akkurat slik du ville ha den (Deltager Hordaland).

"Da jeg var på Malta for to uker siden, og det var interessant. Der hadde de grønnsaksbilen (...) det bør være et marked for det og det må være interessant for bonden å få varene sine ut også, gjøre noe sånt. Investere i en liten lastebil, slå inn på kassa-apparat og snakke med folk. Ikke så egnet om vinteren, men i sommerhalvåret (Deltager Telemark)

"Kanskje bøndene må begynne med nytenkning, at det hadde vært lettere å ha en bil og kjørt rundt som de fiskebilene, da får vi det på døra".

EB: Hadde det vært en ide?

-Det kommer fiskebil hos oss, fra Sunnmøre, med både fiskekaker og torsk. Da kjøpte jeg faktisk det, torsken var frosset i skiver, og jeg porsjonerte det og la det i fryseren(..). Og de hadde fiskekaker. Det var første gangen jeg kjøpte fra fiskebil, og vi har hatt den til middag. Jeg synes at den kunne ha vært litt bedre rengjort, men den var bra (...).

EB: Er dere fornøyd med kvaliteten?

-Det var bra.

-Ja, den er bra.

-Veldig god torsk.

-Hvit og fin..." (Deltagere Vest-Agder)

Erfaringene blant de som har handlet fisk fra fiskebil synes stort sett å være positive. Flere har kjøpt "bra" og "fin" fisk. Noen steder har imidlertid tilbudet plutselig forsvunnet. Inntrykket er imidlertid at majoriteten av deltagerne stiller seg nokså "lunkne" til å kjøpe fisk eller is fra bil. Flere uttrykker skepsis både med hensyn til kvalitet og trygghet. Skepsisen omhandler både oppbevaring og transport.

EB: Er det noe med distribusjon i seg selv, eller tenker dere forskjellig avhengig av hva slags produkter det er? Ikke is og ikke ost...?

"Ja, og i hvert fall ikke fisk, det har noe med oppbevaringen, for hver gang det går ut av en bil og inn i en annen, er det en kvalitetsforringelse, og det har med transport å gjøre....nei, jeg vil ikke kjøpe det fra bil, jeg føler at jeg har et ledd mindre som jeg føler at jeg har kontroll på.

-Men hvis du reiser hjem til bonden, så er det ikke merket med noen ting, du kan ikke forlange at bonden skal spesialmerke ostene.

-Nei, men da kan jeg snakke med ham.

-(...) Det som jeg tenker med bil, du ser at hver gang det går fra en fryser, er det kvalitetsforringelse, men de henter det fra et slags lager, og det vi kjøper i butikken, er over fra lageret og til butikken...

-Ja, men det er også blitt transportert over en viss avstand, for meg blir det flere ting som kan gå galt, jeg føler at jeg har litt mindre kontroll (...)

(Deltagere Nord-Trøndelag)

Et par av deltagerne som har barn med matallergi er usikre på hvorvidt de kan stole på merkingen når det gjelder is: *jeg er ikke trygg på at det er seriøs nok merking.* Andre gir uttrykk for at det rett og slett ikke frister å kjøpe fisk fra bil, eller synes det er upraktisk fordi pakkene er så store. Som en sier; *det er frosset i så store pakninger, man må spise i flere år.... det kunne ha vært pakker på 2 kilo (...) frysedisen min rommer ikke mer enn 2,5 kilo, så stopper det seg selv" (...).* En annen understreker at hun vil se og vurdere varene hun skal kjøpe - dessuten har handleturen til butikken et viktig sosialt aspekt: *jeg ønsker å gå og se der det finnes og se på ting. Og det er ikke sosialt å gå til en bil og snakke med sjåføren, jeg må handle i butikk (...) treffe kjente og slå av en prat (...).*

3.5 Internett

Bare få av deltagerne har erfaringer med å handle mat på internett. Interessen for denne type distribusjon er liten blant de aller fleste. Majoriteten av deltagerne tror heller ikke det å handle mat på denne måten vil være aktuelt for dem. Først og fremst handler det om ønsket om å kunne se maten før den kjøpes. Mat og internett hører ikke sammen er oppfatningen, rett og slett fordi mat ikke kjøpes usett – særlig gjelder dette ferskmat som kjøtt, fisk, meieriprodukter frukt og grønnsaker. Det å kunne se maten er viktig av hensyn til å sikre ønsket kvalitet i tillegg er det viktig å få impulser og inspirasjon under handleturen. Dessuten oppleves internett som en upersonlig distribusjonsform.

*"Jeg ville nok helst sett maten selv(..).
-For meg tror jeg det er helt uaktuelt å bestille mat over Internett. Jeg kan bestille bøker og slike ting, men mat.....Nå lager jeg saft og syltetøy og slike ting selv, så jeg ser ikke for meg at jeg kommer til å handle over Internett. Å sitte i stua mi og handle mat...
-Det er likedan med meg, jeg vil helst se matvarene jeg handler og pakke dem i handlekurven. Men f eks andre produkter kunne jeg godt ha gjort det, men matvarer vil jeg helst handle i en matbutikk"*
(Deltager Nord-Trøndelag)

*"Da kommer det der med at handlingen ikke bare er å få det i hus, du vil gjerne se og få impulser samtidig som du handler, så jeg tviler på om internetthandel blir fremtiden.
-Og det har litt med personrelasjoner, kjenner man den som står i disken på butikken eller den i kassen...
-Og hvis du går inn i en butikk og ser noe som*

er fristende, så er det godt mulig at vi forandrer menyen der og da" (Deltagere Hordaland)

"Jo, på noen typer varer, tørrvarer og melk og sånn. Men hvis du skal ha kjøtt eller grønnsaker, vil man helst vurdere dem, det er det man tradisjonelt har gjort, det man er vant til. Skal man gjøre noe annet, er man nødt til å omstille seg, og nordmenn er ikke flinke til å omstille seg" (Deltager Hordaland)

"Internett hørtet veldig upersonlig ut... porno og bøker går der..." (Deltager Troms).

"Jeg tror ikke jeg klarer å sette meg ned på Internett og bestille utmerkede ferskvarer som kjøtt og poteter - jeg vil se potetene jeg kjøper. (Deltager Oslo/Akershus)

De fleste er skeptiske til å handle mat på internett, særlig ferskvarer - først og fremst fordi det ikke er mulig å se og vurdere maten før den kjøpes, men også fordi det virker upersonlig. Det stiller seg imidlertid noe annerledes dersom man har kjennskap til produktet og/eller produsenten på forhånd. Flere åpner døren "litt på gløtt" for internetthandel dersom en har kjennskap til produsenten og varene først. Tilliten må være etablert før man handler, for eksempel på et marked som Bondens Marked:

EB: De fleste av dere sa at dere ikke kunne tenke dere å handle på Internett, utdyp det litt mer.
"Jeg har kjøpt saft og syltetøy på Hervig på nettet, det fungerer bra. Men det er når du kjenner produktet. Jeg ville ikke ha kjøpt all maten, dagligmaten, på nettet. Det er noe med at jeg vil gå i butikken og bli inspirert og få ting og kanskje oppdage noe nytt. Men å kjøpe enkeltprodukter som jeg vet at jeg skal ha, det er greit" (Deltager Nord-Trøndelag)

"(..) et sånt marked kan være informasjonskanal eller markedsføring i forhold til ting du kan gå inn og bestille på nettet etterpå. Jeg setter meg ikke ned ved nettet når jeg skal finne ut hva slags krydder jeg skal ha, jeg må en eller annen gang se det for første gang (Deltager Oppland).

Flere peker på at det muligens er liten grunn til å engste seg for hvorvidt kvaliteten på varene er god. Dersom kundene ikke er fornøyd, kommer de heller ikke tilbake. Dette enkle faktum vil virke skjerpene på produsenten/distributøren påpekes det. Færre ledd i distribusjonskjeden bidrar for øvrig, som deltagerne har vært inne på tidligere, til å høyne kvaliteten.

"Jeg kunne i prinsippet kjøpe hva som helst over Internett og jeg behøver ikke å se potetene, men da må de være gode, altså, ellers gjør jeg det aldri igjen. Det er en tillits sak.

-Butikken som selger dårlig vare kommer aldri til å leve heller.

-Nei, og da må de ikke prøve å pushe det på oss da - vi handler på tillit.

-Jeg kunne tenkt meg å kjøpe kjøtt, f.eks, men da må det stå litt om hvor det kommer fra og det må være kontrollerbart (...) (Deltager Oslo/Akershus)

"Jeg tror sjansen blir større for at det blir bra varer, tror det blir færre ledd da. Du skulle visst hvor mye det blir håndtert, ut og inn og ut og inn...kjølerom morgen og kveld og avokadoen eller kiwien eller løken har kanskje ligget der en og en halv uke - det blir ikke rullert bra da" (Deltager Oppland).

"Og kanskje servicen og kvaliteten ligger på et høyere nivå ved å kjøpe på den måten der. Jeg ville ha stolt på nye produsenter som gikk inn på det

markedet (..) med en seriøs pris og seriøs kvalitet" (Deltager Telemark).

Kjøp av mat på internett vil også gjøre det lettere å klage dersom man er misfornøyd mener noen. Kan være at kjøp av mat på internett er et sjansespill, men sjanser tar man hver dag - også i butikken kommenterer en.

"Man tar man jo sjansen hver dag i butikken.

Mannen min skal prøve alt som er nytt...

-Det er sikkert lettere å klage, når du får på døra, når du har brukt den kanalen for å handle, så er det veldig enkelt å klage, framfor å gå tilbake til en eller annen butikk der de ikke vet hva du heter. Sånn sett, da måtte de levere kvalitet, mye mer forpliktende for leverandøren" (Deltager Nord-Trøndelag).

Blant de som er positive eller har "døren på gløtt" for handel av mat på nett er det noen som kunne tenke seg å kjøpe "hva som helst", andre først og fremst basisvarer som tørrvarer, melk og brød etc. - varer som det er kjedelig å handle og som man ønsker å bruke minst mulig tid på. Andre er mer interessert i å kjøpe spesialvarer.

EB: Hva skulle du kjøpt?

"I prinsippet hva som helst.

-Kunne kjøpe standardvarer som melk og brød, mens det du kjøper inn til lørdag kveld er mer gøy å gå i butikken og se og velge.

EB: Kunne du tenke deg å kjøpe standardvarer?

-Ja, for det er kjedelig å handle.

-Jeg kunne tenke meg å kjøpe spesialvarer, spekskinke fra Voss, på Internett.

(...) (Deltagere Oslo/Akershus)

Enkelte har vurdert å handle for eksempel kjøtt på internett men har ikke gjort det av praktiske år-

saker - "det er mengdene som er problemet, egentlig (...) man må kjøpe kvantitet, 30, 40 kilo – det er mye for små husholdninger". Mindre porsjoner tilpasset små husholdninger kunne der i mot gjort det mer interessant. I tillegg er flere usikre på hvordan betalingen foregår; flere gir uttrykk for skepsis med tanke på å legge igjen kortnummeret sitt på nettet.

Prisen er en annen ikke uvesentlig faktor. Blir prisen for høy er det uaktuelt. De få som så langt har handlet mat på nettet har måttet betale en ublu pris:

(...) Jeg kjøpte fem liter saft for å teste det for moro skyld, og safta var kjempegod, men måtte betale 70 eller 90 kroner i frakt for fem liter saft! Husker ikke pris (...) men den havnet vel på 250 kroner. Hvis vi hadde kjøpt den på gården, hadde den kostet 190 kroner eller noe sånt (Deltager Oppland).

"Det kommer an på hva det koster å levere varene.
-For seks, sju år siden prøvde jeg for første gang å handle mat via Internett, da var det forsøk og gratis levering, men når du må betale femti, seksti og åtti kroner for å få levert, da kjører jeg heller i butikken selv.
-For vanlige varer synes jeg det er helt greit, men det spørs hvilken pris det blir hvis det skal leveres på døren (Deltagere Oslo/Akershus).

Flere ser imidlertid ikke bort i fra at kjøp av mat på internett kan være et aktuelt alternativ dersom man blir syk og forhindret fra å gå i butikken selv. Det kan også være et godt tilbud til eldre som ikke kommer seg ut, eller til folk som generelt har lang avstand til butikk.

EB: Kunne dere tenke dere det?

-Ja, i hvert fall hvis jeg blir syk.

-Kanskje like gjerne telefon, har folk Internett, har de vel telefon også, og det mestrer de fleste" (Deltager Nord-Trøndelag)

"Hvis jeg sitter hjemme i gåstol og ikke har noe annet alternativ, kan det være en mulighet" (Deltager Oslo/Akershus)

"Fint for eldre, slippe å bære selv..." (Deltager Troms)

"Og forskjellen mellom by og land, i forhold til hva de får tilbud om, hvor langt du må kjøre for å kjøpe (...).

-Det slipper du med Internett, da spiller det ingen rolle om du bor i Notodden eller i Kragerø, for da får du samme muligheter.

-Vi ville aldri få det på døra...(...)

(Deltagere Telemark)

Som annen mat må også mat som selges via internett være trygg. Mat solgt på den måten må underlegges regelverk og tilsyn. Noen gir uttrykk for skepsis til kjøp av kjøtt og andre ferskvarer på nett (NB Dette ble i liten grad diskutert) – særlig dersom det blir "sendt i posten". Skal kjøp av ferskvarer på nett være aktuelt, må det leveres på døren.

EB: Trygg mat på Internett?

-Like trygg der som andre steder.

-Det må være samme regler for de som leverer mat på Internett pr postordre som på butikken, det må jo være godkjent av næringsmiddeltilsynet, det kommer du ikke unna uansett. Så jeg tror det er like trygt. Men hvis det er snakk om kjøtt og fisk, ville jeg vært litt mer betenkt. Det er et firma som heter Hervig som driver og selger saft og sånt på postordre, det er kjempefint, men jeg ville ikke ha kjøpt kjøtt, for det blir sendt i posten. Da ville jeg ha kjørt det hjem til meg, det har jeg ikke råd til (Deltagere Telemark).

Hovedinntrykket er at majoriteten av deltagerne er uinteresserte og dels skeptiske til kjøp av mat på nett, først og fremst fordi man ikke får se og vurdere maten før den kjøpes. Men, flere "holder døra litt på gløtt" og dersom salg av mat på nett blir mer vanlig og gjort bedre kjent utelukkes ikke alternativet helt. Produsentene må også bli bedre på markedsføring, slik som deltagerne tidligere har vært inne på. En felles "matportal" for alle produsenter som ønsker å selge maten sin på nett ville vært et forbrukervennlig tiltak.

3.6 Innvandrerbutikker

Såkalte "innvandrerbutikker" finnes etter hvert i de fleste større norske byer og brukes som et alternativ til vanlig butikk. Av flere, særlig i Oslo, men også i de andre byene handler f.eks. grønnsaker og frukt:

"Ja, Rema 1000 til hverdags, og Meny eller Ica til helga, og skal det være ekstra fint, så kan man gå på Strøm Larsen på Torshov og kjøpe kjøttet sitt der. Grønnsaker på innvandrerbutikker" (Deltager Oslo/Akershus).

EB: Handler dere andre i innvandrerbutikker?

-Ja, har kjøpt ganske mye der.

EB: Hva slags mat?

-Frukt, grønnsaker og olje.

-Pasta

-Ris og bønner og tørkede.

-Ris er et veldig godt eksempel på fornuftig variasjon.

I vår innvandrerbutikk går det an å velge mellom fire, fem typer ris med beskjed om hva det er. Går jeg på en kjede, står det en pakke i hylla, hurtig ris (Deltager Oslo/Akershus).

Frukt og grønnsaker, oljer, krydder, hermetikk, pasta, ris og bønner er typiske varer – mat som man for inntil få år siden ikke var så utbredt i "vanlige" norske butikker. Enkelte er imidlertid skeptiske til å handle visse typer mat i innvandrerbutikk, særlig kjøtt. Andre er skeptiske generelt - man stoler ikke helt på at de har "rent mel i posen" - andre mener det svin-dles alle plasser – jf. For eksempel "Mensaken":

EB: Noe dere ikke ville handle der?

"Delvis... jeg har fått litt dårlige kyllinger, generelt skeptisk til det.

-Man bør nok kjenne innvandrerne før man handler blindt. Geitost ville jeg ikke kjøpt der.

-Får du det der?

(latter) (Deltagere Oslo/Akershus)

"Vi har jo flere eksempler på at det har vært razzia fra politiet, for de har hatt dårlig kjøtt liggende, så jeg blir litt skeptisk.

-Men det har de også på de store kjedene, Meny og...

-Og vi har jo sett at de kjører over grensen med frossent kjøtt i en personbil som da ender opp i frysedisken og...men den Priorsaken som var her tidligere, så sto de og delte kyllingene fra kalkunene på et kjellergulv og pakket de i Prior sine poser, så det finnes svindel alle plasser.

-Jeg kjøper tørrvarer og hermetikk i en innvandrerbutikk, men jeg vil ikke kjøpe kjøtt der.

-Ingen har utvalg av kjøtt her heller (...)

(Deltagere Hordaland)

"(...)Men de har mye gammelt, krydder og sånn, de blir liggende inne med mye mat og hermetikk som er gått ut, det går kanskje ikke så bra (...)" (Deltager Troms)

"(...) man vet ikke hvor det egentlig kommer fra (Deltagere Vest-Agder)

EB: Er det ting dere absolutt ikke ville kjøpt der?
"Ikke kyllingkjøtt..

-Nei..

-Ikke kebab, uff..

-Jeg har vært der og kjøpt brunt sukker og brun ris. Det brune sukkeret ka jo være farget...

-Og det å lese, du forstår ikke språket, og ikke står det på engelsk heller(...) (Deltagere Troms)

En av grunnene til at man handler i innvandrertbutikk er kvalitet; god kvalitet til en rimelig pris.

(...) Grønnsaker er meget bra, ferske og fine.

-Det koster en del mindre,. Det er litt billigere der enn i andre butikker. Kjøttdeig og sauser, sånn som man bruker til sånn curry (Deltagere Troms).

"Og de er veldig flinke på grønnsaker, de reiser rundt og plukker det beste. Men det er veldig forskjell på dem, jeg synes ikke alle innvandrertbutikkene er bra, noen er skikkelig dårlige. Men de som er bra, er veldig bra, det er skikkelig kvalitet(...) (Deltager Oslo/Akershus)

"Jeg er kjempefornøyd med innvandrertbutikken i Bø, jeg har ennå ikke funnet en hårete appelsin der. Jeg kan kjøpe ting som er skikkelig modne der, føler jeg. Og det de har er godt, de har enten ingen varer eller gode varer. De har ikke grønne tomater eller mango som er så hard at du kan sprette dem i bakken. De har jeg tillit til med frukt tog grønt, altså de er flinke (...) (Deltagere Telemark)

"Jeg handler på Saigon Marked i Arendal, en innvandrertbutikk som har utrolig godt utvalg og så er det rimelig (...).

-Men innvandrertbutikk er også et veldig godt tilbud, som f.eks artisjokken var kjøpt der.

-Hos oss har de flott kjølerom med alle fruktene og grønnsakene, veldig delikat.

-Men de får det heller ikke fra egen hage, de må importere, må også til store grossister for å få det. Man vet ikke hvor det egentlig kommer fra (Deltagere Vest-Agder)

I motsetning til mange av kjedebutikkene får innvandrertbutikkene lovord for kvaliteten på frukt og grøntvarene sine. Der kjedebutikkene får kritikk, særlig for håndtering og presentasjon av varene får innvandrertbutikkene "skryt"; det ser "delikat" ut, "de er flinke", og de reiser egenhendig til Gartnerhallen eller andre grossister og håndplukker varene:

"Innvandrere reiser inn til Oslo på kvelden og handler engros og så reiser de hjem igjen, selvfølgelig har de kjempeferske varer. Jeg vet ikke hvor mange ledd Rimi må innom for å.... eller Rema 1000 har sinnssykt dårlig frukt. Helt elementære ting".(Deltager Vest-Agder)

"(...) De gutta som står opp klokka fire om morgenen og reiser på Gartnerhallen, jeg tror det er de som vet hvordan frukten skal se ut" (Deltagere Oslo/Akershus).

I tillegg til at de har gode og rimelige varer har de varer man ofte ikke finner andre steder; krydder, eksotiske sauser og andre ingredienser som trengs for å lage "eksotisk" mat.

"De har veldig mye rart og du får oppskrifter og de forklarer deg hvordan du skal lage forskjellige retter (...). - i noen oppskrifter så er det linser og kikerter og diverse, og på Prix har de kun grønne og gule erter. Man kan få tak i ting man ikke så lett finner andre plasser. (...) jeg bruker det kun når jeg skal lage litt spesiell mat. -Det blir sånne spesialingredienser som man ikke finner i vanlig butikker. Krydder og sauser på glass, sånn thailandsk fiskesaus og sånn (...)
(Deltager Troms)

"Vi handler regelmessig i innvandrerbbutikk, min samboer lager eksotisk mat og vi må dit for å få råstoffer til den. Rimi har begynt å øke på med fremmedartede varer, men de er ofte ikke så gode på smak, og forferdelig kostbare. Vi handler tørrvarer og hermetikk fra disse landene. Det er ofte biprodukter som man må ha, krydder og..."
(Deltager Hordaland)

Innvandrerbbutikkene i byer som Bergen og Tromsø er imidlertid ikke like attraktive som butikkene i Oslo: dårligere utvalg, lokalene mindre innbydende og prisene høyere fortelles det. Mindre omsetning fører til dårligere kvalitet er oppfatningen.

"Men innvandrerbbutikker her i Tromsø er noe helt annet enn hva man er vant til i Oslo Øst, hvor prisene er lave, her er det jo..."
-Det er ganske dyrt...
-Markedet er lite og det blir mye på glass og i boks som selges her. Enten fordi de ikke har så mye tilgang på det, at det er vanskelig å få det distribuert hit til Nord-Norge, men det er jo oliven og litt sånne gode ting, olivenolje og oliven og litt ris. Men det utgjør ingen stor del av matbudsjettet (...)
(Deltager Troms)

"Hvis man sammenligner med Oslo, der er de store på frukt og grønt (...) her i Tromsø tror jeg de har så lite omsetning på frukt og grønt at jeg ville ha vært skeptisk. Jeg har sett på en del, de har ligget lenge.... begrenset omsetning gjør at ting bli liggende (...)
(Deltagere Troms)

"(...) I Oslo er det helt andre priser i innvandrerbbutikker. -De innvandrerbbutikkene vi har her, kontra innvandrerbbutikker vi har sett på TV i Oslo som har frukten og alt det der, de er ganske elegante. Og de butikkene som er her, er i små kjellerlokaler. -De er jo mye mindre enn de vi har sett i Oslo. -Det har kommet en ny, men den har dårlig utvalg og dårlige priser. -De er veldig anonyme her. -Kanskje det har noe med markedsføringen å gjøre også, at de får ikke vist egentlig hva de har, for det er så trangt og smått (...)
(Deltagere Hordaland)

Ulempen med innvandrerbbutikker er som en påpeker; at man ikke finner alle varene en trenger til husholdningen "under samme tak". Da handler man heller i dagligvarebutikken – til tross for at innvandrerbbutikken har bedre og billigere grønnsaker:

"Problemet med innvandrerbbutikker er at det går ikke an å bruke dem som en butikk. Jeg kjøper grønnsaker og ris, men skal man ha melk og brød og tomater, det er dyrere i innvandrerbbutikker. Man kan ikke bruke den som en dagligvarebutikk. Man må i to butikker, og jeg vet med meg selv at hvis jeg bare gidder å gå i en butikk, så dropper jeg den. Går heller på Rimi. (Deltager Oslo/Akershus)

3.7 Matauk og bytteøkonomi

Det er mange måter å anskaffe mat til husholdningen på. Kjøp av mat i butikk er det vanligste, men en god del av deltagerne handler også deler av det de forbruker utenom butikk, fra gård, torg, båt osv. I tillegg til dette er det flere av deltagerne som bedriver god "gammeldags" matauk og fisker, plukker sopp og bær og går på jakt. Flere dyrker frukt og grønnsaker i egen hage og noen er helt eller delvis selvforsynt med enkelte produkter så som poteter, gulrøtter, fisk og vilt. Spesielt utbredt synes dette å være blant deltagerne i Troms og Nord-Trøndelag, selv om det også gjør seg gjeldende i øvrige paneler. I Troms synes for øvrig "bytteøkonomien" å leve i beste velgående. Her er det for eksempel nesten ingen av deltagerne som kjøper fersk fisk. Som en sier; "i mi bygd er det aldri snakk om å kjøpe fisk, der får man fisk eller man fisker".

"De fleste av oss bor jo langs sjøen hvor det er rik tilgang på alt. Og noen av oss er kroniske samlere, masse bær og fisk og poteter. Og når man samler så mye at man ikke har bruk for det selv, så gir man det bort.

-Men du må kjenne noen, vite de kanalene når du skal få på den måten.

-Vi har en gammel tante som går hele sommeren og plukker bær og vi får enorme mengder av bær, uten at det ventes noen gjenytelse. Det er rett og slett at det er sånn overflod at de bare deler ut til familien. Og det samme er det med poteter, det er veldig mange som setter mye poteter og gir ut til slekt og venner (...)

-Vi lever jo litt i naturalhusholdning hvor vi kan bytte, enten i form av andre produkter eller tjenester. Det finner man en god del av ennå i Nord Norge og særlig ute i distriktet" (Deltagere Troms)

"Den fisken jeg har i fryseren nå, er noe jeg har fisket selv og noe som er fisket av buss-sjåføren, jeg vet ikke hvorfor....(latter). Og så er det noe vi har fått fra folk som jobber på kaia, som har fått i så stor volum at de ikke klarer å ete det opp selv.

-Når man flytter så kommer det naboer sånn helt uten videre, en har høns og kommer med egg, en annen har kjøtt og kommer med kjøtt og....(latter)" (Deltagere Troms).

"(...) Og kjøtt - reinskjøtt. Det er litt spesielt, vi har en halvsame inngiftet i familien. Jeg var på reinslakting for fjorten dager siden".

EB: Hva får dere og hva bytter dere - hva gir dere tilbake?

"Det kan være hjelp til naboen og få kjøtt tilbake.

-Det er masse arbeid å samle inn rein, han fanger dem og merker dem. Så det er arbeidet jeg hjelper ham med. En del fisk selges svart også.

-Vi får mye rett og slett uten å yte noe tilbake" (Deltagere Troms)

"Jeg har en liten grønnsakshage, men har vært selvforsynt med spinat og squash og salat. Vi har spist oss grønne på salat i sommer, potet har vi selv og eplesaft.

-Vi har litt frukt og grønnsaker. Bla det gresskaret som det sto om i avisa i går, var vårt, det var på 5 kilo...og jordbær og epler og plommer. Og vi er med å plukke poteter, så får fra dem, en byttehandel.

-Vi har drivhus og tomat og agurk og salat. Det blir nesten for mye...vi gir bort til naboen og barn og barnebarn. Vi begynte tidlig med agurk og det blir mye.

-Jeg har tilgang på fisk og mer enn nok elgkjøtt og en god del proviant fra turister. Med fisk er jeg helt selvforsynt, og elgkjøtt.

-Jeg er også selvforsynt med det meste, jeg får tak i matvarer andre steder (...)" (Deltagere Nord-Trøndelag).

Enkelte plasser lever altså bytteøkonomien i beste velgående. Mellom slektninger, naboer, venner og bekjente brukes mat som gaver eller i bytte for noe annet. Mat gis også ofte bort uten forventninger om gjenyttelser; det er rett og slett overflod og man klarer ikke å spise opp alt selv forteller flere. Mens det i distriktene er et langt dårligere utvalg av mat i butikkene gjør den direkte kontakten med naturen at mange har god tilgang til produkter som andre må i butikken for å kjøpe eller som i liten grad omsettes i butikk.

3.8alternative salgskanaler - en suksess...?

Dersom alternative salgskanaler skal være interessante handlesteder for forbrukerne synes kort oppsummert følgende punkter å være viktige:

- forventinger om kvalitet må innfris
- det må oppleves tilgjengelig
- maten må oppleves som trygg (salgsstedet må se rent og pent ut)
- presentasjonen må være delikat og innbydende
- prisen må være akseptabel, høyere betalingsvilighet for nisjeprodukter enn for "kortreist" mat
- et marked må kunne tilby et visst utvalg av ulike typer produkter, både "vanlig" mat og spesialprodukter – mindre "sirkus" - mer "torg"
- porsjonene av for eksempel fisk eller kjøtt må være tilpasset "normale" husholdinger
- fagkunnskap og/eller skikkelig merking
- bedre markedsføring



4 Et fremtidig norsk matvaremarked

"Om ti år kunne jeg tenke meg å kjøpe dagligvarer i en kjedebutikk med godt utvalg - i tillegg vil jeg kunne gå til noen lokale utsalg, eventuelt torget for å kjøpe friske grønnsaker, frukt, blomster, egg, honning og økologiske varer. Det bør være mulig å handle fisk og skalldyr på brygga fra lokale fiskere og ha et system som sikrer fersk fisk utøver i landet (...)"
(Deltager Vest-Agder)

Det er få av deltagerne som kun vektlegger pris når de kjøper mat, selv om pris er viktig for mange. Pris ses ikke isolert men vurderes nesten alltid i forhold til noe. Prisens betydning varierer blant annet fra vare til vare, i forhold til kvalitet, varens "merverdi" bruksområde og anledning. I et fremtidig og mer konkurranseutsatt matvaremarked vil "norsk" i seg selv være et konkurransefortrinn mener flere. Preferanse for norsk mat henger blant annet sammen med at man har bedre kjennskap til norske produkter, til landbruket og til måten landbruket drives på. Det henger også sammen med troen på at norsk mat er tryggere, "renere" og mindre industrielt enn mye utenlandsk. For å kjøpe norsk mat må den ikke bare være trygg, men den må også ha god kvalitet er oppfatningen blant en god del av deltagerne. Det må smake godt! Panelenes oppskrift på en fremtidig norsk matvarerproduksjon og marked er blant annet:

- større frihet for den enkelte kjedebutikk – ta inn den maten folk vil ha!
- lokale mat/nisjeprodukter inn i butikkene - "det er der vi er"
- tilrettelegge for alternativ distribusjon, så vel for produsent som for forbruker
- overbygde salgshaller i hver by/bydel
- endre hovedfokus fra pris til kvalitet (selv om

- pris ikke er uvesentlig)
- økt fagkunnskap og kompetanse blant de ansatte i kjedebutikkene
- utvikle lokale/regionale produkter
- utvikle et mer differensiert matvareutvalg generelt

4.1 Hva skal produseres i Norge? Vi er gode på kålrot og sau....

De aller fleste paneldeltagerne har et ønske om at vi skal ha et landbruk i Norge, med unntak av et par stykker som mener at norsk landbruk bør "legges" ned dersom det ikke klarer å være konkurransedyktig.

Panelene peker på at vårt nordlige klima legger en del begrensninger på hva som kan og bør produseres i landet. Det understrekes at man i Norge må satse på det som klimaet tillater og legge vekt å produsere det "vi er gode på" mens resten må importeres. Samtidig er det viktig å tenke på hva norske forbrukere faktisk vil kjøpe. Enkelte, særlig blant de eldre, ser en viss grad av selvberging som en verdi:

"(...) og vi må legge mest vekt på å produsere det vi har naturlig klimaforutsetning for å produsere. Kanskje vi ikke skal konkurrere på tomater og paprika? Men på sauekjøtt og kålrot og det som er naturlig å dyrke i vårt klima (...)"
(Deltagere Vest-Agder)

"Gjerne import av kvalitetsprodukter fra utlandet. Norsk selvforsyning av økologiske grønnsaker, urter, egg osv". (Deltager Troms)

"Og det har å gjøre med det Norge er best på - vi kan produsere masse sauekjøtt fordi vi har så mye utmark. Jeg ser der jeg er fra med små gårder, de må kanskje drive fire gårder sammen for å ha et levebrød, alle er lagt ned omtrent. Der det er penger å tjene er å ha ungdyr eller melkekyr (...) og det er ikke natur til det. Jeg synes det er litt korket fordi det er 'Tine kvota' og 'Gilde kvota' som gjør at de klarer å overleve i stedet for kanskje å satse litt videre" (Deltagere Oslo/Akershus)

EB: Men i en sånn virkelighet der norsk landbruk møter konkurranse...?

"Jeg mener at bøndene selv må finne ut hva de er gode til å dyrke og så må de dyrke det som folk vil kjøpe. De bør ikke bruke jorda si til å dyrke korn hvor 80 % går tilbake til dyrefor. Så vi får sånn veldig subsidiær drift bare fordi det er lett vint. Det er det bøndene ha gjort. De bør tenke på hva folk vil ha og så må de norske bøndene produsere det de er gode på, og så må vi importere resten (Deltager Telemark)

"En bonde oppe i Nordreisa i Troms kan ikke produsere jordbær for Sørlandet, det må jo bonden på Sørlandet gjøre. De må gå ut fra hvilke produkter de har forutsetning for å produsere, og produsere det produktet de har forutsetning for å kunne, sånn geografisk og klimatisk.

EB: Produkter som produseres i Norge som ikke burde vært produsert her?

-Vi behøver ikke importere blomkål og gulrøtter og poteter hele sommeren, vi kan importere det når vi ikke kan lagre det selv. Vi har utmerkede grønnsaker her i landet.

-Men det vi importerer, er jo både billigere og bedre, det er derfor. Bonden må konkurrere på kvalitet, og det gjør de jo ikke. (Deltagere Telemark)

EB: Helt konkret, hva er det vi er gode på?

"Jeg er helt enig, de norske tomatene er mye bedre enn de utenlandske.

-Men det sies jo at norsk ikke er bedre enn andre matvarer, verken når det gjelder kvalitet

-De norske jordbærene

-Ja, de er gode i forhold til andre land.

-Noe har vi jo forutsetninger for, sau og geit.

-Men det er andre steder i verden også, Island.

-Men det er nok at de er gode.

-Melkeprodukter" (Deltagere Hordaland)

Det er få av deltagerne som kun vektlegger pris når de kjøper mat, selv om pris er viktig for mange (se også rapport nr. 1). Pris ses ikke isolert men vurderes nesten alltid *i forhold* til noe. Prisens betydning varierer blant annet fra vare til vare, i forhold til kvalitet, varens generelle "merverdi", bruksområde og anledning. I tillegg er det naturlig nok forskjeller avhengig av økonomisk situasjon og livssituasjon for øvrig. Verdier, holdninger og prioriteringer spiller også inn. Flere snakker om å gjøre "et godt kjøp", "få valuta for pengene", "ikke bli lurt", "unne seg litt ekstra i helgene", "nå som barna er flyttet ut" etc. Pris betyr mest for flest i hverdagen, mens det i helgene har mindre betydning.

I en priskonkurranse med utenlandske matvarer vil få norske trolig kunne hevde seg. Vi har spurt deltagerne hva som skal til for at de fremdeles skal velge norsk. Hva bør norske matvareprodusenter og norsk matvareindustri gjøre for å "overleve" i fremtiden? Hva skal til for at de skal "tekke" norske forbrukere? Hva slags konkurransefortrinn har norsk mat?

4.2 ...fordi det er "norsk"

Flere av deltagerne mener at det faktisk er maten som er norsk, i seg selv vil være et vesentlig fortrinn i konkurranse med utenlandsk mat. Norsk opprinnelse er i seg selv en grunn til å velge norsk. Preferanse for norsk mat henger blant annet sammen med at man har bedre kjennskap til norske produkter, til landbruket og til måten landbruket drives på. Det henger også sammen med troen på at norsk mat er tryggere, "renere" og mindre industriell enn mye utenlandsk.

"Det skal ikke så mye til, har jeg en følelse av. Jeg tror at folk i Norge er ganske opptatt av så langt som mulig at opprinnelsesland er Norge. Det betyr en del for nordmenn"(Deltager Vest-Agder)

"Hører man på jordbruksdebatten lyder det som om vi slipper tøylene løs, så kommer ingen til å kjøpe norsk i det hele tatt. Sånn er det jo ikke, vi kjøper alltid det som er nærmest oss. Sverige er vel det landet som kjøper mest utenlandsk, men Tyskland kjøper ikke fransk om det finnes tysk å velge i (Deltager Oslo/Akershus)

"Selv om vi er litt skeptisk til merking som Godt Norsk, så er vi likevel mer skeptisk til utenlandsk kjøtt. Så det er litt sånn, blod er tykkere enn vann tendenser. Innad i Norge så er det kanskje ikke så bra, men det er norsk og det er en trygghetsfølelse. EB: Hva bunner trygghetsfølelsen i?"

-Det er vel kanskje regelverket i Norge i forhold til i andre land.

-De driver mindre produksjon enn f. eks de store land i Midt Europa.

-Hvis det står at det er frittgående høns, er det ingen

som kan kontrollerer det (...).

-Og vi vet ingenting om medisinbruk og sykdommene.

-Norge er et lite land i landbrukssammenheng og betraktelig mer oversiktlig enn Tyskland og Frankrike og land i andre verdensdeler også (...) Deltagere Troms)

"Du har jo større kunnskap og nærhet til produktene og dermed større kvalitetssikring. Du kan kjøpe kjøtt som det står: Made in Hallingdal, og det i seg selv er for en norsk kunde mer tillitvekkende enn Made in Arizona (Deltager Oslo/Akershus)

Å kjøpe norsk blir en form for "kvalitetsikring" mener flere. Utenlandsk mat, kanskje særlig kjøtt, vekker mer skepsis. Men, ikke alle slutter opp om troen på at norsk mat er tryggere og renere enn utenlandsk mat.. "Alt" er ikke mye bedre i Norge, verken når det gjelder kvalitet, renhet eller trygghet understrekes det. Enkelte påstår at nordmenn nærmest er "indoktrinert" i troen på at norsk er best. "Godt norsk" er ikke godt nok for alle:

"For egen regning må jeg si at all utenlandsk mat ikke er giftig mat, vi må ikke vinkle det sånn (...) (Deltager Troms)

"Det er kanskje sånn at alt er ikke bedre i Norge, og kanskje man skal akseptere at for eksempel fårekjøtt fra New Zealand og andre steder, er akkurat like godt som det norske.

-De spiller på frykt..., kugalskap og alt det der...det er jo reelt nok, da men (...)

-Ikke si at alt som kommer utenfra er dårlig, noe er like godt og kanskje enda bedre. Jeg har kjøpt argentinsk biff på Rema 1000 til 110 kroner kiloen, det smakte helt grusomt godt!!! Når sånne ting skjer.....det var vel i fjor det var problemer med

den datomerkingen, og alt det norske som var så godt(...). (Deltager Vest-Agder)

-(...) Jeg synes det er litt latterlig at de framstiller det som om norsk kjøtt er så fantastisk og alt som kommer fra Norge er bare sunt og kast alt annet.....Det irriterer meg litt, for det er ikke slik i det hele tatt (...)
(Deltager Vest-Agder)

"(...)vi er jo så indoktrinert med det rene, gode norske, og har skjønt at vi er blitt lurt, og da skal det mye til at vi(..)
-Det er en forutsetning at kvaliteten er bra(...)"
(Deltager Hordaland)

Flere mener det spilles på frykt og at nordmenn nærmest er indoktrinert i troen på at "norsk er best". Trygg mat er en forutsetning for at vi skal kjøpe den og spise den, men også mat fra andre land er trygg hevdes det. For å kjøpe norsk mat må den ikke bare være trygg, men den må også ha god kvalitet er oppfatningen blant en god del av deltagerne.

4.3fordi det er godt! Kvalitet en forutsetning!

For at norske forbrukere skal velge norsk mat må den ha god kvalitet – den må først og fremst smake godt. Smaksmessig kvalitet er derfor en forutsetning for at man skal velge norsk mat, den må være like god eller bedre. Samtidig må pris og kvalitet i større grad henge sammen (se også rapport nr. 1). Dette er en oppfatning som deles av en god del av paneldeltagerne.

"(...) Hvis de skal klare å selge noe da må de selge noe som er bra også, for ellers svekker de jo den nor-

ske merkevaren sin. Hvis du opplever gang på gang at du kjøper bedre og billigere kjøtt fra Argentina, så hvorfor skal vi kjøpe norsk? Så de har en stor oppgave med å holde kvaliteten oppe, sånn at vi har tillit til norske.

"(...) De som har vært i USA og spist en god biff på en restaurant, ingen av oss kan si at den norske biffen er bedre ende den amerikanske, tvert i mot. Og jo flere som opplever at det er en konflikt mellom de argumentene som brukes, og det som oppleves ute i den store verden (...), jo mer mistanke og skepsis blir det til norskprodusert kjøtt. -Men produksjonsmåten og tilsetninger og kontroll er bra i Norge. (Deltagere Vest-Agder).

EB: Andre 'kvaliteter' man bør spille på, sett at konkurransen blir større i fremtiden?

"Kvalitet er det viktigste. Om bønder selger kjøtt, så vet man ikke om man får en okse eller en gammel ku, det selges i samme haug. Der burde det være en prisforskjell, folk vil kjøpe okse i stedet for ku. -Eller kjøpe til forskjellig bruk(...)" (Deltager Oslo/Akershus)

Men deltagerne ser det langt fra slik at norsk mat nærmest er det motsatte av "kvalitet". En del av deltagerne er av den oppfatning at mye norsk mat har bedre kvalitet og smaker bedre enn mat "utenfra". Jordbær trekkes frem som et eksempel, epler og annen frukt, gulrøtter og andre rotgrønnsaker, blomkål, og tomater (ulike oppfatninger her), likeledes fisk og vilt:

EB: Betyr det (at det er norsk) noe?

"Ja, hvis det er en bedre smak, og det er det på norske jordbær, eller kanskje på epler. -Det gror senere i norsk klima, og det gjør at det rett og slett blir bedre smak (...).
(Deltagere Vest-Agder)

EB: (...)hvis dere må betale fem kroner mer for norsk blomkål enn de andre...?

"Jeg vil nok kjøpe den norske, jeg tror den er bedre. Og har sett veldig mye importert blomkål i tidligere yrke, og det er tydelige kålmarker så de må ligge i saltvann i et par timer for å bli kvitt marken og den finner jeg ikke i de norske butikkene.

EB: Andre grunner til å velge norsk?

-Smak og kvalitet.

-Det koster mer, men er bedre(...)"(Deltagere Telemark)

"(...) Jeg har vært litt utenfor dette landet, både jobbet og feriert. Og jeg har til nå spist mat både i Østen og i Amerika og i Europa, i Danmark har jeg jobbet og i Sverige har jeg vært mye, jeg har aldri fått maken til godt svinekjøtt og oksekjøtt, elgkjøtt, gulrøtter, blomkål, som jeg har fått av norske bønder (...). Og produktene er både billigere og bedre, jeg synes norske produkter er topp, jeg !! Når du kjøper det direkte fra bonden. Det er ikke bonden det er noe galt med, det er systemet.

-Det er mellom bonden og oss det er noe galt.

-Ja, der sa du det, helt enig(...)" (Deltagere Telemark)

Gang på gang understrekes dette poenget; det er ikke først og fremst råvarene det er noe "galt med", men leddene "mellom bonden og oss" – dvs. samvirkene, distribusjonsapparatet og kjedene - det er her mye av kvaliteten forringes mener deltagerne.

4.4 ...fordi det er særegent. Fra "Tineost" til "Telemarkost"!

Skal landbruket i Norge "overleve" må det fjerne seg fra det deltagerne beskriver som "standardisering" og "anonymisering" av matvarene. For å

konkurrere med utenlandsk mat er det viktig å satse på kvalitet, men det er også viktig å satse på en utvikling av et langt større differensiert matvareutvalg. Norsk matvareproduksjon må bort fra det masseproduserte og "ensrettede". Oppfatningen om at "kjøtt er kjøtt", "ost er ost" og "poteter er poteter", preger holdningene både innenfor norsk matvareproduksjon og til dels også blant norske forbrukere mener deltagerne. Produktene må få tilbake sin identitet gjennom differensiering med basis i egenskaper som geografisk opprinnelse, naturspesifikke fortrinn, ulike produksjons- og fremstillingsmåter, matlagingsstradisjoner etc.:

"Slutte med anonymiseringen, for de selger 'kjøtt', alt går inn i den store pakka.. Det er Gilde som selger kjøtt...jeg vil kunne kjøpe billig kjøtt fra Argentina og ost fra Frankrike og så kan jeg få kjøpt Telemarkost i stedet for Tineost. Det finnes folk i Telemark som lager ost, det går liksom an å tørre å sjekke markedet skikkelig. For de er jo livredde for at de kan spore det tilbake til gården... det er jo farlig!!! (...) i Telemark har vi epler, i Rogaland er de flinke på poteter og sau - det går an å ha regionale spesialiteter og nisjer og gå litt mer vekk fra Tine og Gilde(...).

EB: Hva tenker dere andre om det?

-Det burde vært satt poteter på parseller, på forskjellige jord (...).

-Det blir som med druer, at jordsmonnet har noe å si for smaken.

-Det er helt nytt for meg. Poteter jo bare pimpermell og...

-Ringerikepoteter skal dyrkes på Ringerike, de er ikke gode i jorda her.

-Folk vet jo ikke det, tror jeg.

-De visste det før, men nå er poteter bare poteter for veldig mange (...). (Deltagere Telemark)

"(...) sånn sett tror jeg at regional utvikling ... spisse, tydeliggjøre hva vi er gode på. (...) Da kan vi få noen produkter som parmaskinke f.eks. men så lenge en biff er en biff og selges for det, samme pøkkern, skal det mye til for at den gjengse hop betaler mye ekstra for den selv om det står Godt Norsk på den (Deltager Oppland)

"(...) i stedet for Parmaskinke; Kvinesdalskinke f.eks. -Det blir nisjeprodukter, de kan heller selge det i store kvantum.

-De kan i hvert fall ikke regne med å selge masseproduserte produkter i stor kvanta, for det kan jo mange gjøre billigere enn i Norge.

-Ja, men hvis det er snakk om at norsk landbruk skal overleve, tror jeg de er nødt til å...

-De må drive markedsføring og ha et spesielt produkt, for eksempel ren fisk fra Nord Norge, eller skinke fra Kvinesdal (Deltagere Vest-Agder)

"(...) Fiskeindustrien de siste årene nå viser at de store gigantene med stor kapital, gikk konkurs (...) de greide ikke omstillingen, mens de små forankret i små lokalsamfunn, de har greid seg for de har greid å tilpasse seg raskt til markedssituasjonen og råstoffsituasjonen. Det må også gjelde innenfor landbruk, små produksjonseheter som tilpasser seg utviklingen i det nye markedet og ikke minst tar vare på tradisjonsmat i landsdelene, det er en vei å gå(...) (Deltager Troms) .

Panelene vil bort fra "Gilde" produkter og "Tine" produkter og etterlyser produkter som for eksempel "Telemarksost" og "Kvinesdalsskinke". Hvor ble det for eksempel av Misværøsten - "min barns" ost! spør enkelte seg ("gikk i sluket på Tine"). Og på samme måte som vin har forskjellig smak

og særpreg avhengig av for eksempel jordsmonn, spør enkelte seg om ikke dette også kan gjelde for poteter. Hvem vet? Ikke deltagerne og trolig heller ikke "folk flest". Bevisstheten om slike forskjeller er liten; begrepet "matpoteter" sier sitt mener noen. Begrepet vekker latter blant telemarkingene.

.....hva vi har av lokale produkter ...?

Bevisstheten om hva som finnes av lokale/regionale spesialiteter og produkter (her går det litt både i produkter og matretter) er varierende blant deltagerne. På spørsmål om hva som finnes og hva som er spesielt fra de ulike fylkene/landsdelene⁵ er det mange som må tenke seg godt om. Spesielt vanskelig synes det å være i Vest-Agder og Oslo/Akershus.

På Vestlandet trekker deltagerne frem villsau, geit, sild, hvalkjøtt, frukt, honning og vilt. Vilt, særlig hjort er et produkt Vestlandet bør satse på mener deltagerne. Røyking av kjøtt er en tradisjon fra Voss.

"Villsau, vi har masse holmer som de kan beite på og fjell som de kan beite i.

-Honning.

-sild

-Ost er spesialitet.

-(...) Lindås er godt fruktområde.

-Og geitost og geitekjøtt.

-Saft og syltetøy.

-Cider.

-Røyking er tradisjonelt på Voss i hvert fall (...)

"Det er mange ting vi kunne tenke oss og presentere som lokale spesialiteter,

Vilt, hjort og rein har vi på Hardangervidda.

-Det er masse hjort her på Vestlandet.

⁵ Hva som oppfattes som lokalt/regionalt er ikke diskutert spesifikt – spørsmålet ble kun overflatisk behandlet

-Ryper.

-Alle viltprodukter”.

(Deltagere Hordaland)

I Telemark finnes det spesialiteter innenfor sjømat som sik og røye, ost og epler. Noen mener det er ypperlig klima for eksempel på Vinje for produksjon av spekeemat. Panelet er enig om at det allerede finnes mye, men at de ikke ”vet om det”. Produktene må markedsføres bedre understrekes det.

”Spekeemat i Vinje, epler i Sauherad og sjømat i Bamble.

-Hjemmebrent opp i Rjukan...(latter).

-I Vinje er det superklima til å lage spekeemat, for det er så tørt og kaldt. Det går ikke her nede.

-Og så har vi i Midt-Telemark hvor vi kan ha ysterier og den biten, meieriprodukter.

-De har ysteri i Bø. De får det nokså godt til

-Det er jo masse, og dette er bare det vi vet om, bøndene selv er jo ekspertene.

En restaurant opp i Ulefoss prøvde seg med sik, en fisk som er bare i Telemark, den kommer egentlig inn i isbåtene nedenfor, den er veldig god, den står benevnt som laks nummer to, men det var ikke markert for det.

-Det må jo markedsføres, da, jeg har aldri hørt om det, jeg”. (Deltagere Telemark)

I Trøndelag er det ”trøndermat”:

EB: Hva forbinder dere med trøndermat:

”Det betyr at det er produsert lokalt.

-Forholdsvis lokalt, i hvert fall regionalt.

-Og at det har lange tradisjoner i Trøndelag fra gammelt av, og produsert i Trøndelag.

-Vi har Namdalsgomme f eks og Oppdals....saus.

-Og så har vi vel noe flatbrød.

-Tydalslefse, sånne spesielle....

-Det er spesialiteter... sodd, Innherredssodd og ...”

(Deltagere Nord-Trøndelag)

Flere nevner ostene fra ”Gangstad gårdsmeieri” på Inderøy - salatost, brie og camembert, diverse lokale viltpølser, spekeemat, syltetøy og geleer og økomat. Spesial kjøttprodukter fra Storgården i Meråker og alt slags vilt, bær og glutenfri bakst.

I Oppland nevnes blant annet løk fra Toten, poteter, kål, gulrøtter, spekepølser, flatbrød, Gjøviklefsa og Gjøviklompa. I tillegg kan man kjøpe storfe, elg og hjort fra Vingebakken gårdsslakteri. Av nisjeprodukter er det en ”slenger her og der”:

”De nisjeproduktene er så i kjømda, det er en slenger her og en der, ikke noe helhet. Jeg kjøpte en spekeskinke av villsvin (...) var så salt at det gikk ikke an å spise det. og den saften jeg har kjøpt er helt prima, men blir dyrere (...)Det lokale jeg har gjort nå, er å kjøpe kjøtt fra Vingebakken”. (Deltagere Oppland)

Deltagerne erkjenner at de er litt usikre på hva som egentlig finnes av lokale produkter. Selv kjøper de først og fremst litt kjøtt og noe grønnsaker. Ettersom den lokale maten i liten grad distribueres i butikk er det ikke så underlig at man ikke vet. Har man i det hele tatt muligheten til å finne det ut? Vet de ansatte i butikken det?

”På spørsmålet om vi finner nok lokalprodusert mat, er jeg litt usikker på om har vi muligheten til å finne ut det? Det er vanskelig, for hvor kommer blomkålen fra? Og hvor kommer tomatene fra? Det er norskprodusert, men om det er fra Jæren el-

ler Trøndelag er ikke alltid like lett å vite. Og kjøtt... da må du kjøpe av Lillehammer Stabbursmat eller Nordås for å vite at det er lokalprodusert. Vi har ingen mulighet til å finne ut om maten i butikken er lokalprodusert... jeg tror ikke folk i butikkene vet det en gang heller". (Deltagere Oppland)

Men når man får tenkt seg litt om (i etterkant på mail fra et par av deltagerne) nevnes videre: rakfisk fra Valdres, honning fra Tretten, Heidalstost, sau fra Bjorli og ost fra Nord-Gudbrandsdalen. I tillegg finnes en del lokale produsenter som selger som grossister, som f.eks. Toten eggpakkeri, Totenpotet. Og Gausdals Meieriet i Gausdal samt Brimi-produkter.

Deltagerne i Vest-Agder synes det er vanskelig å finne eksempler på spesialiteter og typiske produkter fra området (Sørlandet). Fisk og skalldyr er nærliggende, men for øvrig er eksemplene få.

"Matgleder fra Sørlandet..

-Skalldyr og fisk".

(...)

-Jeg tror det er en hvit geitost fra Haukeli som smakte så veldig godt, ekstremt god.

-Pølser med rekesalat..." (Deltagere Vest-Agder)

Da er det lettere å komme med forslag til hva landsdelen kan "spille på". "Sol, sjø og Sørland", opplevelser knyttet til sommer, sol, sjø og skjærgård – kvaliteter som Oslofolk og andre forbinder med Sørlandet.

-Sol og sjø kan vi spille på.

-Det må være noe som smaker...

-Noe som har betydning for regionen, noe som virkelig er herfra..

-Fiskesuppe herfra, noe spesielt...(..).

-(...) Fiskesuppe er et produkt som kunne være typisk sørlandsk.

-Finne gode oppskrifter.

-En skikkelig image på det, koble det sammen med opplevelsen, stemningen som folk i Oslo har.. (..). Den opplevelsen de har av Sørlandet, er jo sommer og sol og skjærgård, det klinger med en gang.

-Koble den fiskesuppen opp mot en sånn opplevelse de har hatt når de har vært på Sørlandet i juni.

-Hvis jeg skulle selge fiskesuppe i konkurranse med Lofoten fiskesuppe, hva skulle jeg gjøre med produktet som gjorde at folk i hele landet ville kjøpt det? Jeg måtte jo koble det sammen med opplevelser fra Sørlandet.

-(...) Sjø, tang, noe sørlandsk.

-Det må være noe sånt.

(Deltagere Vest-Agder)

I Oslo/Akershuspanelet ble ikke spørsmålet tatt opp i gruppediskusjonen. På e-post gir en av deltagerne uttrykk for å ha "hørt om" noen som selger urter og syltetøy som skal være "veldig bra" (bosatt i Ullensaker) og at det finnes bønder som slakter på bestilling. For øvrig er det ikke lett å komme på produkter eller spesialiteter fra Oslo og Akershus:

"nei, lokale spesialiteter her i Ski/Follo-området kjenner jeg ikke til".

"I Oslo og Akerbygdene kan man vel "i manns minne" neppe i særlig utstrekning snakke om spesielle lokale/regionale matprodukter (...) fjerner man seg litt fra byen og dens omegn og kommer lenger ut i Akershus er det mulig at det fines mer lokalt spesialiserte produkter, men det har jeg ingen spesifikke kunnskaper om" (Deltagere Oslo/Akershus)

For deltagerne i Tromspanelet er det imidlertid ikke vanskelig å finne eksempler på spesialiteter og regionale produkter. Det nevnes i fleng; nordnorsk jordbær, fisk som klippfisk, boknafisk, tørrfisk, kveite, rødsei, fiskekjaker, reinsdyr, nordnorsk potet, multer m.m. Flere i panelet er svært opptatt av lokal mat og lokale spesialiteter. Den senere tid har bedriften "Aron Mat" bidratt til å øke utvalget av lokal mat gjennom satsing på opprinnelsesmerking og hjemmelaget tradisjonsmat.

"Og vi har nevnt opp nordnorsk jordbær av høy kvalitet, det finnes ikke maken til den i hele verden. Multer fra naturen. Vi har fisk som kan være fersk og lekker. Vi har nordnorsk potet og vi har rødsei, et nordnorsk produkt som godt kan markedsføres i hele landet. Klippfisk, tørrfisk og boknafisk og lutfisk og fiskekjaker som er kommet inn som en delikatess, man bruker det i wok. Reinsdyrsprodukter, kveite og blåkveite. Her er det nisjeprodukter som markedet mer og mer etterspør og hvor det finnes muligheter. Nå har det begynt å komme nordnorske nisjeprodukter av høy kvalitet og høy pris. Vi nordlendinger er ikke så veldig flinke til å bruke dem, men vi kjøper dem og tar med som presang til dere søringer (latter) ..." (Deltagere Troms)

"Aron mat brukes en del. Men da folk kom sørfra og ville kjøpe noe som var særegent nordnorsk, så sa vi at de måtte kjøpe lammerull(..)" (Deltager Troms)

Nærheten til havet, Nordlyset, den ville naturen er kvaliteter som panelet mener bør utnyttes i utviklingen og markedsføringen av nordnorske produkter. Og det er viktig å ta vare på tradisjoner mener deltakerne:
"(..) og disse kan utvikle....man kan tenke seg en

kombinasjon, hvis man tenker seg det særegne i nordnorsk natur, og kan utvikle turisme, så er det et nytt ben å stå på. Og det særegne, det er jo få steder i verden man kan dra for å se nordlyset. Hvis vi greier å lage masse skrøner om nordlyset og markedsføre det ute i verden at man blir så lykkelig og man blir gift, for de som ikke er gift, når man har sett det, så kommer det masse folk (Deltager Troms)

"(..) Det er noe med å spille på følelsen, det her er kjent, det her er bra. Vi liker alle fiskekaker fra Tromsdalen Fisk.

-Det blir viktig for oss å ta vare på tradisjoner, vi opplever en sterk påvirkning fra utlandet, og den bruker vi jo. Men samtidig er vi litt opptatt av hva var tradisjon da vi vokste opp? Hva brukte vi da? Kan den lages festmat av? Og det ser vi jo at fisk har gått fra å være hverdagsmat seks dager i uka, til å bli festmat, restaurantmat.

-Bacalao er et merkelig eksempel hvor råvarene kommer fra Nord Norge eller Norge og blir sendt til Middelhavslandene og det er blitt gjort i hvor mange år..., og plutselig har det blitt populært med bacalao i Nord Norge (..) (Deltagere Troms).

Økt satsning på produkter fremtitt på tradisjonelt vis er interessant mener flere. Flere eksempler trekkes frem blant annet "Norsk Tradisjonsfisk", tørrfisk, rakfisk fra Østerdalen, smalahoved, Vossafår:

-(..) tilbake til 'bønder i byen' - jeg var på en fiskestand der og fikk noe røkt fisk, og det var veldig godt, norsk tradisjonsfisk. Et samarbeid som de har med flere land rundt Nordsjøen. -(..) Norsk Tradisjonsfisk er et nettverk av lokale produsenter av alt fra Kong Oscar sardiner og til enkeltpersoner som driver med røyking og det er langs hele kysten,

vi har Nord-Norge, Vestlandet og har også fått med seg en god del innlandsprodusenter også. Det er regionale nettverk av produsenter og merkevarer og kvalitetssikringssystem på fisk som er godt konservert, røyking, graving, salting.

-Det er jo norsk tradisjonsmat og det er noe som vi kan være gode på i konkurranse med pizza og taco.

-En god del produkter der blir lansert i Menykjeden nå i november.

-I motsetning til bearbeidet kjøtt, synes jeg at bearbeidet fisk, det har jeg sansen for. Enten det er sild som er lagt på lake eller det er andre typer bearbeidet fisk, god fiskemat er greit”

(Deltagere Hordaland)

”Jeg tror det hadde vært interessant med Boknafisk og smalahovud fra Vestlandet og rakefisk fra Østerdalen, at hvis du kom et sted så hadde de et annet eksklusivt utenom hverdagstilbud enn en annen del av landet. At de har spesialiteter mens det jevne hverdagsbehovet måtte kunne være det samme” (Deltagere Hordaland).

Økt differensiering og regionalisering av matvaretilbudet er en strategi for et ”nytt” og konkurransedyktig landbruk. Samtidig understrekes det at produsentene ikke kan sitte ”på hver sin tue”, men må slå seg sammen i nettverk og samarbeide. Her må myndighetene legge til rette og være fleksible. Produsentene må finne noe de er ”gode på”, dernest må det satses på god markedsføring. Det er viktig at produktene gjøres kjent.

”(...) det er mange eksempler på, i Gudbrandsdalen er det flere som har gått sammen i en stor samdrift. Det er en måte å overleve på, at små gårder blir store enheter sammen. Jeg vet ikke om det er det vi

ønsker, men skjønner jo at vi må gjøre det. Det er et være eller ikke være for gårdene (Deltager Oppland)

”...men hva kan bønder gjøre? I 50, 60, 70, 80 år har de gått i ett spor, en kanal til omsetning. Og hatt litt salg på si. Men jeg tror at de må samarbeide, den enkelte bonden kan ikke drive hagesalg, gårdsalg, det blir for tungvint. Jo flere bønder som samarbeider, jo bedre avtaler kan de få og større muligheter til nisjeproduksjon” (Deltager Telemark).

”(...) det var snakk om noe de kalte samdrift, flere bønder går sammen om å drive felles, men at de fortsatt bevarer sin egen identitet, egne juridiske enheter. Det går visstnok an hvis man er to eller tre, men i Trøndelag var det snakk om ni stykker. Bondelaget gikk mot det og departementet gikk mot det. Det ble ikke noe av.

-I stedet sitter de deprimerte på hver sin gård, det ville vært naturlig at de fikk seg et felles fjøs.

-Departementets krav var at den ene bonden overtok alle de andre, så det ble slått sammen - hver for seg, juridisk sett gikk ikke an. (Deltagere Oslo/Akershus)

4.5 Lokal mat, økologisk mat – inn i butikk!

”Her prøver de å få oss til bonden...

-Ja, men jeg er ikke der hvor bonden kommer.

-Det er bedre å få bonden til den butikken du har ved siden av deg.

-Vi vil ha det der vi faktisk er, hvorfor ikke putte det inn i butikken vi går i hver dag, det er der forbrukere er” (Deltagere Oslo/Akershus).

Mange i panelene er enige i at det finne mye ”bra mat”. Men som en sier: ”den ikke kommer ut til oss”. Det hjelper ikke å produsere gode og særegne

produkter dersom varene ikke når forbrukeren eller markedsføres. Få av deltagerne har tilgang til lokal mat gjennom "sin" kjedebutikk. Noen eksempler nevnes så som "Aron-mat" i Tromsø og Gangstad-oster i Nord-Trøndelag. I Oppland har flere butikker gått sammen om å selge lokale varer – initiativet er ifølge en av deltagerne støttet av Fylkeskommunen. For øvrig er eksemplene få (fra deltagerens side). Økologisk mat finnes i Coop-kjedens butikker, mens utvalget i de andre kjedebutikkene er lite.

Selv om tilbud som "Bondens marked" på sikt kan gjøre det enklere for forbrukerne å handle lokal mat, spesialprodukter og økologisk mat – er denne maten pr. i dag lite tilgjengelig for de fleste. Paneldeltagerne mener at maten må gjøres bedre tilgjengelig – den må inn i kjedebutikkene; det er der forbrukerne er. Den må gjøres tilgjengelig for alle:

"Det hadde vært mye bedre å få det ut i de vanlige butikkene (...) jeg tror faktisk at det er et nokså stort marked for disse varene, men likevel befinner de seg ikke i butikkene" (Vest-Agder)

"(...)Jeg skjønner at det kan bli vanskelig, men at en lokal butikk kan få lov til å ta inn det den lokalbefolkningen etterspør og ikke være så tvangsstyrt av kjedene at de bare kan ta inn to, tre ting valgfritt og resten er fastlåst. Jeg har gitt opp å mase (...)" (Deltager Oppland)

*"(...) Jeg kan ikke si at det ikke er småskalamat rundt her, jeg altså
-Det sier ikke jeg heller, men jeg sier at for dem som ikke har tid til å tråle alle butikker med tre små barn på slep, så ser jeg dem ikke (...)"* (Deltager Oppland)

"Slik matvareomsetningen fungerer i dag med bare store kjeder kan en ikke finne lokalprodusert mat i matvarekjeden. Dersom en ønsker slik mat må en selv organisere innkjøp og transport. Grupper av befolkningen har ikke tilgang til lokalprodusert f.eks eldre, folk uten bil osv (...)" (Deltager Troms)

Hvem har ansvar for at kjedene skal ta inn økologisk mat og lokal mat⁶?

En ting er at kjedene begrenser utvalget av mat til forbrukeren ved sin innkjøpspolitikk og sitt "konsept", en annen ting er at en stor andel økologisk produsert mat, særlig kjøtt, selges som ordinær mat i butikkene. Det er meningsløst mener flere.

"Du må til spesialforretninger eller direkte til bønder som produserer økologisk. Og det er vanskelig for de som driver økologisk å få solgt varene sine via disse samvirkene. Det er en god del bønder som driver med økologisk melkeproduksjon som ikke får den ut. Og også kjøtt, frukt og grønnsaker, det er ikke distribusjonsapparat for det.

-Jeg hørte en uttalelse om at økologisk melk blir satt i et hjørne i forhold til den andre melka(...)" (Deltagere Vest-Agder).

"Jeg skulle gjerne hatt mer økologisk kjøtt. Det som faktisk skjer er at økologisk kjøtt blir pakket som konvensjonelt kjøtt. Da har vi jo ikke noe valg og da kan vi ikke vite (...)" (Deltager Nord-Trøndelag).

Hvem er det som har ansvaret for at den lokale maten eller den økologiske maten kommer inn i kjedebutikkene? Er det kjedene selv? Er det produsentene? Eller myndighetene? Og forbruk-

⁶ Spørsmålet om ansvar ble ikke diskutert i alle panelene – først og fremst i Telemark og Vest-Agder som selv satte temaet på dagsorden. Diskusjonen om ansvar må leses som en liten gruppe menneskers "tanker" om spørsmålet

erne – hvilket ansvar har de? Det er skjønt enighet om at kjedene neppe kommer til å ta det ansvaret, med mindre de vil tjene mer penger på det enn noe annet, eller er villige til å endre noe av sitt "konsept" og "tenkning".

EB: Hvem har ansvaret for å få den lokale maten ut til forbruker?

-Reitan kommer ikke til å gjøre noe med det.

-Det er forbrukeren som må si fra (Deltagere Telemark)

Forbrukeren må si fra - men til tross for at forbrukerne (til en viss grad) etterspør disse produktene, finnes de ikke i butikkene. Dette oppleves som et paradoks.

"Kan det tenkes at folk ikke vil ha økologisk? Er det kjedenes ansvar å påvirke folk i den retningen at de skal pådyttes økologiske produkter?"

-Nei, det synes jeg ikke, hvis det ikke er marked for det, skjønner jeg godt at kjedene tar det ut igjen (...)

-Hvis folk ikke vil ha økologisk, eller ikke bryr seg om det er økologisk eller ikke, da er det riktig at det får liten hylleplass i butikkene (...).

-Men jeg tror faktisk at det er et nokså stort marked for disse varene, men likevel befinner de seg ikke i butikkene (...) (Deltagere Vest-Agder)

Forbrukerne har også et visst ansvar i forhold til å "ta rede å" hva som finnes av produkter og hvor disse kan kjøpes.

Produsentens ansvar på sin side er å gjøre produktene kjent gjennom markedsføring. (se også kap 2 og 3). Samt få produktene sine ut til forbruker. Enkelte stiller spørsmål om det er slik at samvirkene selv, for eksempel Tine "bevisst undertrykker" markedsføringen av økologisk mat. Dersom det er slik bør myndighetene gripe inn gjennom lover og regler og "styre distribusjonen" foreslår en.

Andre mener at dette ikke kan lovreguleres men at myndighetenes oppgave er å påvirke og legge til rette for økt forbruk og bedre distribusjon.

EB: Hvilket ansvar har myndighetene for at forbruket av økologisk mat skal øke? Har de noe ansvar?

"Ja, jeg synes nok det, de bør i alle fall ikke stikke kjepper i hjulene for å få distribusjonen. Nå er det en god del økologisk mat som ikke kommer ut til forbrukerne som økologisk mat.

-Det er ikke myndighetene, det er distribusjonsnett.

-Men myndighetene må kunne styre distribusjonsnett med regler og forskrifter(...)

*-Vi har så mye regler, de blir brutt over en lav sko (...)*Men holdningskampanjer kan Staten kjøre.

-Ja, nøytral informasjon, fakta (...)

(Deltagere Vest-Agder)

EB: Men hvis folk vil ha økologiske produkter, en del studier viser jo det, men det er vanskelig å få tak i. Tilbyr kjedene det folk vil ha?

-Jeg føler at vi kanskje snur det litt på hodet. For det er lite reklame f.eks for økologiske produkter innenfor de kjedene som finnes, de som har det. Jeg tror kanskje at det heller er en bevisst undertrykking av å markedsføre de økologiske produktene som finnes. At det er andre krefter som vil ha sine produkter inn.

-Ja, det tror jeg også. Jeg tror ikke at Tine, f.eks, er interessert i at de store kjedene tar flere hyllemeter og reserverer til økologiske leverandører. Og de har mye makt (...). (Deltagere Vest-Agder)

Andre foreslår at myndighetene må gripe inn å regulere markedet slik at forbrukerne får reelle valgmuligheter for forbrukeren. Hvorfor kan ikke konkurransetilsynet gripe inn spør en av deltagerne?

EB: Hva bør myndighetene regulere?

"Valgfriheten, fordi jeg vil ha Liedl også, jeg, for jeg er opptatt av at vi skal kunne velge. Og for de som ønsker å handle på Liedl og bare handle Gilde skal få lov å gjøre det...(..) skal ha både og - ikke enten eller. Vi har Konkurransetilsynet, vi har myndigheter som lovregulerer alt annet, jeg synes ofte det er et overgrep i folks privatliv(..).

EB: Enige i det?

-Hva vi skal gjøre, vet jeg ikke og hvem som har ansvaret vet jeg heller ikke, kanskje politikerne?

EB: Er dere er enige i at det største problemet ligger der?

-Mye av problemet.

-Mellom produsenten og forbrukeren.

-Det første ordet jeg sa da jeg meldte meg på dette matpanelet og i Asker, var det at kjedemakten var for sterk og den gjenspeiler seg hele tida og det ser ut som det blir verre (Deltagere Telemark)

Ikke alle er sikre på hvor problemet ligger, eller hvem som har ansvaret. Helt sikre er de fleste der i mot på at det er et reelt og opplevd problem at mye av den maten forbrukerne vil ha, ikke er å finne i butikkene. Helt sikre er også panelene på at der skoen trykker –det er *mellom produsenten og forbrukeren.*

5 Oppsummering

Om utvalg og kvalitet:

- Det er viktig å ha et bredt utvalg av ferskvarer til god kvalitet !
- Mer norsk frukt i butikkene!
- Bedre kvalitet på norsk frukt og grønt i butikk!
- Bedre kompetanse hos ansatte i butikk!
- Fersk fisk må bli mer tilgjengelig!
- Fersk fisk til lavere pris!
- Meieriprodukter uten sukker – bedre merking!
- Mer sunn "ferdigmat"!
- Mer lokal mat i butikkene
- Mer økologisk mat i butikkene

Om alternative salgskanaler:

- generell positiv innstilling til alternativ distribusjon
- forventningene til kvalitet høy (generelt gode erfaringer mht kvalitet)
- forventninger om at maten er og oppleves som trygg
- forventninger om lavere pris for "kortreist" mat, høyere betalingsvillighet for nisjeprodukter, mat med "særpreg"
- et marked må ha et visst utvalg av ferskvarer
- "porsjonene" av fisk, kjøtt etc må være tilpasset "normale" husholdinger
- krav til fagkunnskap og/eller skikkelig merking
- markedsføringen må bli bedre (Bondens Torg, gårdssalg, internettsalg)

Om fremtidens matvaremarked:

- større frihet for den enkelte kjedebutikk – ta inn den maten folk vil ha!
- lokal mat/nisjeprodukter/økologisk mat inn i

butikkene - "det er der vi er"!

- tilrettelegge for alternativ distribusjon, så vel for produsent (hensiktsmessig regelverk, incentiver osv.) som for forbruker (lokalisering der folk bor)
- overbygde salgshaller i hver by/bydel
- økt fagkunnskap og kompetanse blant de ansatte i kjedebutikkene
- endre hovedfokus fra pris til kvalitet (selv om pris ikke er uvesentlig)
- utvikle lokale/regionale produkter
- utvikle et mer differensiert matvareutvalg generelt



Intervjuguide

A Innledning og tilbakemelding

- Takk for sist og generelle tilbakemeldinger
- Prosjektweb (info om bruk)
- Litt om tema

HUSK:

Det er dere som er eksperter på deres situasjon, og det er deres tanker ønsker og visjoner som skal stå i sentrum.

B "Oppvarming" - gårdsdagen som "matdag", innkjøp av mat

- hva spiste dere i går, for eksempel til frokost og middag
- innkjøp av mat, hvor, hva, hvorfor?

C Utvalg av mat i Norge

- Hva slags mat er det viktig for dere å ha tilgang på? Noe dere ønsker annerledes (mer av, mindre av?), noe du vil ha fjernet fra hyllene? Noe dere ville gitt mer plass i hyllene? (Skriv ned på lapper - VI TAR RUNDEN)
- Er dere fornøyd med utvalget av mat der dere bor? (hvorfor/hvorfor ikke)
- Får dere generelt tak i den maten dere ønsker??
- noe dere savner spesielt? (sammenheng/ anledning)
- Hva slags mangfold ønsker dere? På hvilken måte vil dere at det skal være variasjon?
- Har vi et mangfold av mat i Norge i dag?

TENK ULIKE TYPER PRODUKTER, NASJONALE, LOKAL/REGIONAL, UTENLANDSKE, ULIKE PRODUKSJONSMÅTER:

- Frukt og grønt
- Meieriprodukter

- Brød
- Fisk
- (Kjøtt/kjøttprodukter)
- Halvfabrikata/ferdigmat

D Alternativ distribusjon av mat

- Handler dere mat andre steder enn i kjedebutikk?
- Hvilke alternativ til kjøp av mat i butikk finnes i ditt lokalmiljø? (Bondens marked, direkte salg fra gård, torg, langs veien, fiskebåt, dørsalg, grensehandel, innvandrerbutikker, spesial butikker, salg langs veien, internett, abonnentsordninger osv.)
- Hva slags mat har du/dere kjøpt?
- Hva slags erfaringer har dere med dette?
 - hva slags mat skulle du gjerne kunne kjøpt der?
 - er det mat du *ikke* ville kjøpt der?
 - forventninger til alternative salgskanaler?
 - i hvilken sammenheng har du benyttet denne salgskanalen/hva skal til for at du vil bruke denne/de salgsstedene?
 - har andre faktorer enn egenskaper ved selve varen betydning for deg? (atmosfære, service, personlig kontakt etc.)

E Norsk landbruk – hvordan skal de tenke?

- Presset på norsk landbruk blir trolig sterkere som følge av "et åpnere marked" (generell internasjonalisering, krav fra EU, WTO osv). Noen påstår at norsk landbruk må tenke nytt – hvordan skal de tenke for at du skal dere skal kjøpe den maten de produserer? Hvordan bør de forberede seg på en ev. økt konkurranse utenfra? Hvilke råd vil dere gi?
- I konkurranse med utenlandske produkter, kan norske produkter for eksempel tape på pris – hva vil dere velge? Hva skal til for at dere skal velge norsk produserte produkter?



Forbrukerrådet

P.b. 4594 Nydalen
0404 Oslo

forbrukerportalen.no
post@forbrukerradet.no

Publikumstelefon
815 58 200
Sekretæriatet
23 40 05 00

Folkets røst om maten!

