

*This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.*

*Please cite the original version:*

Holm, C., & Dahlberg, U. (2022). Biffdjur gör en miljögörning på strandängen. *Hufvudstadsbladet* 10.1.2022, s 24-25.

## ***Serie: Nyland som matregion: Naturbeteskött och turismtallriken***

*Kan Nyland bli en matregion? Den frågan ställdes hösten 2018 och innebar starten på ett omfattande arbete för att kartlägga vad som gör Nyland unikt som matproducerande region. Under tre års tid har projektet Matregion Nyland vid yrkeshögskolan Novia arbetat för att lägga en grund för fortsatt utveckling. Målet har varit att hjälpa Nyland bygga en identitet kring hållbar mat, att lyfta upp rena lokala smaker, öka samarbetet, efterfrågan och utbudet, att stärka potentialen att utvecklas i hela värdekedjan.*

*Produkterna som valdes ut för kartläggning var äpplen, nypotatis, kulturspannmål och naturbeteskött. Hur upplevs och används dessa produkter av det offentliga köket, turisterna och nylänningen själv, och kan de bli exportvaror?*

*Projektet finansieras av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling och Stiftelsen Finlandssvenska Jordfonden. I en reportageserie på sex delar presenteras en del av resultaten nu i HBL.*

## **En identitet som lockar från när och fjärran**

Christoffer Holm & Ulrika Dahlberg

**Då restaurang Nokka på Skatudden i Helsingfors köper in råvaror är ansvarsfullhet och kvalitet avgörande. För att vinna i den tuffa kampen om kunderna måste man sticka ut. På Nokka gör man det bland annat genom att köpa naturbeteskött från skärgården.**

Att pröva på lokal mat, oberoende om du kommer från grannstaden eller en annan världsdel, är för många turister en del av resan. Matturismen är därför ett av många områden där regional identitet ger genomslag och stärker efterfrågan även utåt. På restaurang Nokka i Helsingfors är man mycket medveten om att imagen som exempelvis närproducerad mat ger restaurangen, staden och hela regionen avgör det mesta.

Ur turistens perspektiv är det här mycket viktigt. Hur vi skiljer oss från andra områden avgör om man väljer att äta i Helsingfors och Nyland, eller någon annanstans i Finland eller Europa, säger köksmästare Ari Ruoho.

Ruoho och Nokka har därför redan länge satsat på närproducerad, ansvarsfull och högkvalitativ mat. Det bygger en image och identitet som bär långt. Att ha en nisch är avgörande.

Eftersom jag bor i trakten och lagar mat här har jag alltid upplevt att det är mycket viktigt att våra råvaror kommer nära ifrån. Vi prioriterar alltid kvalitet, men bakom kvaliteten ska det också finnas ansvarsfullhet. Därför har vi i stor mån använt oss av närproducerade råvaror i snart 20 års tid.

### **Fokus på hållbarhet**

Under sin tid i branschen har Ruoho upplevt ett stort uppsving. Råvaruproducenterna har blivit mångsidigare och byggt upp en allt bättre entreprenörsanda.

Både små och stora producenter har satsat på det här så länge att även deras övriga verksamhet fungerar. Förutom råvarornas kvalitet ska logistiken fungera och pålitligheten ska vara fullständig. Även på gården ska allt vara i skick.

Hållbarhet är en avgörande aspekt, mycket mer än enbart ett modeord. För aktörerna i branschen innebär hållbarhet konkreta tillvägagångssätt.

Dessa frågor, och hur maten produceras, går alltid först då vi köper in råvaror, aldrig priset, säger Ruoho.

### **Ett varumärke behövs**

Kring denna höga kvalitet har Nyland också möjlighet att bygga identitet och till och med skapa ett varumärke. Det saknas i dagens läge, men exemplen från andra regioner i Finland, Sverige och ute i Europa visar att det är möjligt. Att utreda behovet av och möjligheterna att skapa ett nyländskt varumärke har varit ett av delmålen för projektet Matregion Nyland. Ett nyländskt varumärke efterfrågas också på Bovik ekologård i Ekenäs skärgård, därifrån restaurang Nokka köper in naturbeteskött.

Kanske vi skulle kunna branda vår region bättre? Ett regionalt varumärke skulle vara en bra idé. Man kan aldrig få för mycket synlighet, säger Emmi Nurmi på Bovik.

Samarbeten som det mellan Nokka och Bovik är avgörande för att koppla ihop identitet och ansvarsfullhet, liksom att kunna garantera god mat. Sådana aspekter skapar också grunden för ett potentiellt varumärke kring regionala råvaror och regional matproduktion.

Bovik är också ett exempel på en välfungerande ekologård som satsar stort på naturbete, en annan aspekt som kan integreras i ett möjligt varumärke. Samarbetena mellan Bovik och andra branschaktörer har byggts upp under lång tid. Idag har man kommit långt och säljer får-, lamm- och nötkött till runt tio restauranger. Naturbete är en tydlig nisch.

Då köttproduktion kritiserar ur miljöperspektiv är det här ett bra sätt att göra produktionen ekologisk, säger Nurmi.

På Bovik sker naturbetet i skärgården och på andra platser där det inte upptar arealer som kan användas som åkermark. Därmed konkurrerar inte beteshagarna och åkrarna med varandra. Samtidigt ser djuren till att öppna landskap inte växer igen, vilket gynnar naturen och mångfalden. Djuren betar utomhus från tidig vår till sen höst.

Det är alltså en ganska ekologisk och hållbar form av markanvändning, säger Nurmi.

### **Samarbete del av lösningen**

Att producera mat ekologiskt kan vara en del av det varumärke regionen skulle kunna bygga, åtminstone inom köttproduktion och dess värdekedja. Produktionen av naturbeteskött har en stark ställning i Nyland, varför naturbeteskött också utgör en av fyra produkter Matregion Nyland fokuserat på. Att det dessutom är ett miljövänligt sätt att producera kött är likaså en viktig orsak.

Att producera naturbeteskött kan vara en stor miljögärning. Djur som tillåts beta på naturbetesmarker där inga näringsämnen tillförts, medför att naturligt förekommande näringsämnen kommer i kretslopp, betet håller gräsväxter borta och gynnar således örter och andra ettåriga frösådda växter. På vintern utfodras djuren med foderväxter som i sin tur bundit kol under sin växtperiod, och beroende på mängden och typen av tillfört gödsel kan naturbetesköttet få ett lågt koldioxidavtryck med gynnad biodiversitet och lokal cirkulation av

näringsämnen som resultat, säger forskningsledare Marianne Fred från institutionen för bioekonomi vid Yrkeshögskolan Novia.

Naturbete har därför många nischer, men för att det ska bli ännu vanligare måste kunskapen spridas och synligheten öka. Just nu går utvecklingen i alla fall tydligt framåt.

Enligt mig ser det bra ut. Vi har ganska många nöt- och fårköttsproducenter här, och många av dem satsar dessutom på ekologisk produktion. Sommartid rör det sig ganska många stugägare och människor från andra orter i reko-ringarna. Genom dem och olika sommartorg bekantar sig även de med regionens produktion. Därmed finns både utbud och efterfrågan. Kunderna räcker till alla, säger Emmi Nurmi.

Ännu mer samarbete skulle ändå ge ännu bättre förutsättningar. Bättre grossist- och förädlingsverksamhet är två lösningar.

Men för det behövs någon med intresse eller passion, tillägger Nurmi.

Ett regionalt varumärke kan vara en viktig del av lösningen. Det skulle nämligen ge mer än synlighet och tillväxt. Det skulle bygga identitet, gemenskap och starkare samarbeten. Så skapas en stabil grund för utveckling.

### **Recept från Bovik: Köttgryta**

Emmi Nurmi delar med sig av ett recept på köttgryta, som hon tycker om att laga. Hon brukar tillreda en större sats åt gången, så att det räcker till ett par måltider. På det sättet sparar hon både tid och energi.

#### Du behöver:

ca 1 kg tärnat eller strimlat nötkött

1–2 lökar

Champinjoner eller andra svampar

2–3 dl grädde

1–2 pkt färskost med peppar

Salt och peppar enligt smak

#### Gör så här:

Bryn löken och svamparna i smör i en gryta.

För över lök-svampblandningen i ett kärl och bryn sedan köttet i grytan.

Tillsätt lök-svampblandningen i grytan och häll över vatten så att köttet täcks.

Låt puttra på låg värme och tillsätt grädde och färskost när köttet börjar bli mört.

Tillsätt salt och peppar enligt smak.

Servera med potatismos och saltgurka.

Klart!