DAGS ATT SE POTENTIALEN I SVENSK HANTVERKSOST

PLÖTSLIGT EN DAG I OSTLANDET SVERIGE ÅR 2020. OSTHANDLARE, GÅRDS- OCH HANTVERKSYSTARE OCH BESLUTSFATTARE PÅ SVERIGES STÖRSTA LIVSMEDELSBUTIKER KALLAS SAMMAN TILL EN NATIONELL WORKSHOP. VARFÖR? DEN SVENSKA OSTKULTUREN ÄR HOTAD! DELTAGARNA TRÄFFAS PÅ ETT SPRILLANS NYTT GASTRONOMISKT CENTER SOM ÄR UNDER UPPBYGGNAD I EN AVFOLKNINGSBYGD PÅ LAGOM PENDLINGSAVSTÅND FRÅN STOCKHOLM. DERAS UPPDRAG ÄR ATT PÅ 24 TIMMAR FORMULERA ETT GEMENSAMT MANIFEST FÖR FRAMTIDEN FÖR ATT GÖRA EN INSATS FÖR SVENSK OST. SATSNINGEN ÄR ETT STEG PÅ VÄGEN I REGERINGENS OCH MYNDIGHETERNAS STÖD FÖR LIVSMEDELSINDUSTRIN OCH BESÖKSNÄRINGEN. DRÖMSCENARIO ELLER VERKLIGHET? BYGGET AV ETT NYTT NATIONELLT GASTRONOMISKT CENTER I SVERIGE UTREDS. SYFTET ÄR ATT SKAPA EN GEMENSAM MÖTESPLATS FÖR ATT DRIVA PÅ UTVECKLINGEN AV MÅLTIDSUPPLEVELSER OCH FORTSÄTTA STÄRKA SVERIGES KONKURRENSKRAFT SOM EN LEDANDE MATNATION. OCH DET FINNS PÅ RIKTIGT ETT OSTMANIFEST FRAMTAGET AV DEBATTÖREN OCH ENTREPRENÖREN MARTIN RAGNAR SOM HAR SKRIVITS UNDER AV OSTTILLVERKARE RUNT OM I HELA SVERIGE. OSTMANIFEST.SE HAR SKAPATS EFTERSOM DEN SVENSKA OSTKULTUREN ÄR HOTAD. MEN VARFÖR ÄR DEN DET? OCH HUR ÄR DET MED KVALITETEN PÅ SVENSK HANTVERKSOST?

TEXT Jennifer Ehnemark
FOTO Stéphane Lombard, Ostmakeriet, Sofia Ågren

Ett ostmanifest behövs eftersom ”ödets klockor klämtar för den svenska ostkulturen” skriver Martin Ragnar på ostmanifest.se.

– Idag befinner vi oss i en situation där tillverkare på goda grunder är kritiska till handel och restauranger och deras sätt att agera vis a vi de svenska ostarna, säger Martin Ragnar.

Problemet verkar vara att svenska gårds- och hantverksystade ostar riskerar att få nobben på grund av den skeptiska inställningen till svensk ost som kan finnas bland somliga handlare, grossister och restauranger. Det rynkas för mycket på näsan helt enkelt. Det är inte bra för den svenska ostkulturen. Vi behöver utveckla goda relationer till svensk ost och dess tillverkare i det här landet. Ett ostmanifest kan vara ett steg på vägen och vi är många som applåderar initiativet.

EXEMPEL PÅ KRASS attityd gentemot svensk ost hittar vi till exempel i Magasinet Filters artikel, “På Ostfronten inget nytt” publicerad 15 juli 2019. Här citeras osthandlaren David Andelius på Hilda Nilsson Ost i Stora Saluhallen i Göteborg. Filter-artikeln är skarpt negativ mot svensk ost, i något syfte, osäkert vilket, och David förklarar i texten att det inte finns någon svensk ost som kvalitetsmässigt matchar utländska naturbetesostar med opastöriserad mjölk från djur som lever ute och äter gräs. Reaktionen på denna artikel i föreningen Sveriges Gårdsmejeristers (SGM) medlemsforum på Facebook blev omedelbar. Föreningens ordförande Kerstin Jürss bjöd genast in osthandlaren till att praktisera

i hennes mejeri och lära sig vad jobbet att göra ost innebär. En genial respons, eftersom ju mer man lär sig att ysta själv desto svårare blir det att kritisera andras ostar.

Det är uppenbart att vad svensk ostkultur behöver mer av är community-building. Det behövs fler möjligheter till kunskapsutbyte och nätverkande mellan osthandlare och gårds- och hantverksystare. För att inte hamna i låsta uppfattningar kring vad som anses vara ”god och fin” respektive ”mindre god och mindre fin” ost behöver svenska osthandlare och gårds- och hantverksystare lära sig mer om varandras verkligheter. Det behövs en mer hjälpsam attityd istället för att dissa, vi behöver lära oss mer om hantverket att både tillverka och sälja ost. För att vara osthandlare är ett slags hantverk det också. Så ungefär uppfattar jag nuläget.

För att möta behovet av kunskapsutbyten arrangerade Eldrimner för första gången en mycket uppskattad ystningskurs för osthandlare på SM i Mathantverk och Særimner på Högbo Bruk i oktober. Det är ett exempel på hur goda relationer till svensk ost och dess tillverkare kan utvecklas. Kerstin Jürss berättar att det finns fler sådana kurser på gång i Sverige. På årets Særimner fick jag också chans att prata vidare om kvaliteten på svensk hantverksost med osthandlare med lång erfarenhet i branschen. Jag ville se om det gick att hitta fler självutnämnda experter, jag ville höra dem diktera vad i svensk ostväg som duger och vad som inte duger att sälja och servera på restauranger och vad kunderna vill betala för. För att vara ärlig hade jag hoppats på att få träffa ostvärldens svenska motsvarighet till Gordon Ramsey, vem det nu kan vara, och höra honom (ja, det hade varit en han) skälla ut svensk ost. För det hade varit lärorikt. När folk blir arga brukar det också betyda att de bryr sig. Och det var väl det som var dilemmat till att börja med, Sverige behöver att fler bryr sig om svensk ost.

Jag fann ingen Ramsey på årets Særimner utan två osthandlare från Stockholm som var väldigt sympatiska och väldigt mycket för svensk ost, Wijnjas grosshandel och Jackson’s Ost. Ett tredje äkta svenskt ostfan (i bemärkelsen positivt engagerad) fick jag tips om. Jon Andri ”Doktor Käse” Zogg är en framåt svensk-schweizisk kille som har börjat sälja massor med svensk ost i Örnsköldsvik av alla ställen. Det finns såklart mängder av andra engagerade osthandlare i det här landet än dessa tre som kränger svenskt och som har ett genuint intresse av svensk gårdsproducerad ost. Jag lyckades innan avfärden mot Særimner på Högbo bruk även få prata med en äkta skeptiker i en annan av Stockholms välsorterade ostdiskar. Jag bad dem säga något om nuläget, framtiden, omvärlden, marknaden och konkurrenssituationen för svensk ost, som de ser det.

Skeptikern beskrev majoriteten av svensk hårdost kort och gott som ”mest bara salt” och ”inte så kul”. Men osthandlare som är för svensk gårdsproducerad ost lyfter gärna att Sverige är världens hårdostrikaste land.

Att vara världens hårdostrikaste land är väl värt att marknadsföra vidare på nya sätt och med nya ansikten för att stärka Sveriges konkurrenskraft som en ledande matnation, apropå det planerade bygget av ett nytt nationellt gastronomiskt center i Sverige, tänker jag. Dennis Primmer, försäljningschef på Wijnjas grosshandel, ett ostföretag i Stockholm som funnits på samma adress i 40 år med kunder från hela Sverige och Niklas Chaligo som driver Jackson’s Ost i Hötorgshallen i Stockholm som funnits på den adressen i hela 61 år, anser att förutom svenska hårdostkändisar som till exempel de smakmässigt unika Svedjan gårdsost, Almnäs Tegel (”en svensk Gruyère”) och den klassiska halvhårda getosten vit caprin så är Sveriges styrka det stora urvalet av blåmögelostar. Niklas nämner bland annat Boltjärn blå från Strömmens gårdsmejeri och Bredsjö Blå, ”en innovativ korsning mellan blåmögel och hårdost på fårmjölk med Roquefortmögel”. ”Det finns många riktigt bra att välja bland”.

→

VAD KAN MAN säga om kvaliteten på svensk hantverksost ur ett internationellt perspektiv? Jennifer ”Jenn” Kast, amerikansk ostexpert från London, delade sina intryck av kategorin svenska mjuka vitmögelostar på årets Særimner. Jenn är före detta urban ystare på Kappacasein Dairy, arbetar idag som utbildningsansvarig på det brittiska ostföretaget Neal’s Yard Dairy, är medgrundare av utbildningsorganisationen MilkJam och juryordförande i mejeri på SMi Mathantverk sedan flera år.

– Allt var mycket mer nyanserat smakmässigt i år än för två år sedan. Den tekniska skickligheten, utseendet på ostarna, strukturen och smakerna har utvecklats. Jag har insett och börjar uppskatta djupet i svensk ost- och mejerihistoria. Svensk ostkultur är unik jämfört med andra ostkulturer. Om jag blir ombedd ser jag fram emot att komma tillbaka igen om två år för att se var människor har grävt i detta ostkulturella arv och hur de utvecklar nya underbara hantverksostar för framtiden, säger Jennifer Kast.

Sofia Ågren, idag branschansvarig för mejeriverksamheten på Eldrimner, har tidigare arbetat med att sälja hantverksost i butiken La Fromagerie i London och är en av Jenns många branschkollegor med internationell arbetslivserfarenhet. Jag bad Sofia dela sin syn på svensk hantverksost.

– När jag flyttade till Stockholm från London våren 2015 var det svårt att hitta svenska hantverksostar i ostdiskarna och ännu svårare att få kunskap om vad det var för svenska ostar de hade där. Idag är det annorlunda. Bara de senaste åren har det skett en enorm utveckling av intresset för svenska hantverksostar bland osthandlare och konsumenter. Kvaliteten på svensk hantverksost ökar också konstant. För osthandlarna gäller det att finna alla dessa ostar. Inte alla mejerister har tid att söka upp stans ostdiskar och dessutom är många väldigt blygsamma. Sedan är distributionen också något som behöver förbättras, sammanfattar Sofia.

En av Eldrimners ystningsexperter är Ivan Larcher. Sofia håller helt med i vad han brukar säga.

– En bra ost är en som du kan driva din verksamhet på och i slutändan är det kunden som avgör vad hen vill betala för. Men det är hantverksmejeristen som tillsammans med återförsäljare gör produkter och kunskap tillgängliga för att ge kunden valmöjligheterna.

Sett ur ett internationellt perspektiv kan det konstateras att svenska ostar vinner priser i konkurrens med hyllade franska och schweiziska för att inte nämna italienska, spanska, brittiska (med flera) ostar som blommar av smaker från opastöriserad naturbetesmjölk. Men det är, enligt Kerstin Jürss, ordförande i föreningen Sveriges Gårdsmejerister, överhuvudtaget meningslöst att jämföra svenska ostar med ostar från övriga Europa, punkt.

– Sverige är inte Frankrike, eller något annat land. Sverige är Sverige och fungerar som Sverige, med en reglerad arbetsmarknad och med vad som brukar kallas skäliga löner, skrev hon i föreningen Sveriges Gårdsmejeristers (SGM) medlemsforum på Facebook som respons på Filter-artikeln från i juli.

Dessutom skulle jag vilja lägga till: äter man svenska hantverksostar ska man äta med öppet sinne, inte jämföra med franska och schweiziska ostar där familjer har tusen års kunskap och erfarenhet av att tillverka just den ostorten. Svenska hantverksostar är unika, går inte att jämföra med så mycket annat. Det samma gäller när man ska bedöma svenskt vin.

→

– MÅNGA OSTHANDLARE i Sverige har nästan bara arbetat med utländska ostar så hur de smakar, doftar och ser ut är normen för dem. De känner inte igen den äkta smaken av en svenskproducerad ost. Att känna igen smak är viktigt för många, säger Kerstin Jürss. Hon är också noga med att påpeka att man kan göra usel ost på opastöriserad mjölk från gräsbeteskor. Och man kan göra bra. Man kan göra usel ost på pastöriserad mjölk med inslag av ensilage i fodret. Och man kan göra bra.

Utifrån det argumentet håller det alltså inte att automatiskt kritisera svensk hantverksost på grund av att den ofta görs på pastöriserad mjölk där djuren har inslag av ensilage i fodret. Dennis på Wijnjas instämmer:

– Sverige har bra mjölkkvalitet som också är unik för vårt land. Bra hantverksost handlar om att ha extremkoll på sin mjölk och på hantverket i mejeriet. Om djuret har betat gräs eller fått ensilage är inte huvudsaken, säger han.

Frågan om pastörisering eller inte är därmed inte det viktigaste när det gäller att bedöma, eller döma ut, kvaliteten på svenska hantverksostar. Ändå hör man återkommande förklaringar om att svenska ostar aldrig når upp i samma kvalitet som till exempel franska eller schweiziska på grund av att svenska ostar oftast är pastöriserade.

Vi vet också, bland annat genom Eldrimner och föreningen Sveriges Gårdsmejerister, att många svenska gårds- och hantverksystare jobbar med egen hemgjord gårdskultur för att få fram den finaste smaken i sina ostar. För vid sidan av att förstå sig på sin mjölk eller inte, och vid sidan av grundläggande kompetens i ystning, hävdar många att det som har stor (eller kanske störst) betydelse för arombildning i en hantverksost är huruvida man använder en egen gårdskultur.

En hemgjord gårdskultur innehåller större variation av mjölksyrabakterier än en frystorkad köpt kultur och de små mjölksyrabakterierna och hur pass bra de trivs i mjölken och på lagret är det som, tillsammans med andra mikroorganismer, kan ha stor påverkan för huruvida osten utvecklar de goda smakerna.

– En egen gårdskultur är bara en del i det hela och i mitt sätt att se det lite överskattat, eftersom det har blivit väldigt trendigt nu. Vår bransch är fortfarande trendkänslig, lite som den svenska restaurangbranschen som ständigt vill ha nyheter, utan att lyckas särskilt bra med svensk husmanskost, kommenterar Kerstin Jürss.

Det jag de senaste två åren har lärt mig genom anställningar och praktikperioder på småskaliga svenska mejerier med både ko-, get- och fårmjölksproduktion är att i Sverige blir gårds- och hantverksystare ofta ”bra på lite av varje”. För att de måste.

Hantverkskunnandet inom svensk osttillverkning förtjänar all respekt men många är ensamma företagare som agerar både bonde, mejerist, försäljare, marknadsförare, fastighetsskötare och administratör med mera. De gör ofta jobb för fem personer, minst. Om man nu ändå tillåter sig att göra en jämförelse så jämför situationen med små mejerier i Europa där det är vanligt att all tid och kraft ägnas åt produktion av en enda sorts ost. Klart att kvaliteten blir på topp med så pass mycket fokus på hantverket och en enda artikel i sortimentet. Dessutom har jag lärt mig att svenska hantverksmejerister generellt saknar ystningsrådgivare att ringa. I flera länder, de länder som det importeras mest ost ifrån och som konkurrerar prismässigt med svenska hantverksostar, finns olika nätverk av specialutbildade ystningsrådgivare som kan hjälpa till med allt från utfodring till lagring.

Den reglerade svenska arbetsmarknaden, svenska löner och skatter, egenavgifter och avgifter för obligatoriska årliga kontroller är något av allt det som såklart påverkar kilopriset på svensk ost, i jämförelse med ostar från andra länder. Dessutom är Sverige världsledande när det gäller djurskyddsregler, alla djur ska enligt lag beta ute och vi har lägst antibiotikaanvändning i Europa.

– Kunderna som handlar hos oss är inte priskänsliga, vi kan ta 700–800 kronor per kilo för småskaliga hantverksostar och det finns svenska ostar med sina egna groupies som kommer in och frågar när vi får in nya, säger Niklas på Jackson's Ost.

Dennis på Wijnjas menar att svenska hantverksostar håller ett högt pris, med all rätt, och åtgången är inte svindlande om man säger så. Det är en viss utmaning rent logistiskt att sälja svensk hantverksost.

– Som försäljningschef räknar jag ständigt på prisbilden kontra kilo vi fraktar. Att köpa in och sälja svensk ost börjar alltid med fraktfrågan. Kostnaderna för logistiken beror på att avstånden mellan producent och återförsäljare kan vara väldigt långa i Sverige, konstaterar han.

Trots utmaningen att lösa frakten kostnadseffektivt tycks hantverksystare inte ha några större problem att sälja sin ost. Och kunder i svenska ostbutiker börjar och fortsätter gärna att köpa den svenska hantverksosten som komplement till sin vanliga franska och schweiziska, bara de får tag på den, är min erfarenhet. Är allt frid och fröjd då? Nej, Dennis på Wijnjas som har direktkontakt med hundratals ostkunder varje vecka efterlyser ökad satsning på terroir, det vill säga att fler svenska ostproducenter börjar ”tweaka till det”, plocka upp smaker och traditioner och ta fram unika ostar som speglar en speciell plats.

– Ost är en kulturprodukt och har oerhörd potential som identitetsmarkör och även reseanledning, skriver Martin Ragnar på ostmanifest.se.

→

Dennis utvecklar resonemanget.

– Med all respekt, vore jag mejerist skulle jag vara lockad att försöka utveckla mina egna recept för att passa min speciella mjölk, istället för att återupprepa recept som lärts ut på en kurs. Det förekommer en del plagiering inom svenskt mathantverk idag. Det handlar om att småskaliga ostproducenter går kurser för ett fåtal betydande ystmästare från exempelvis Frankrike och så återupprepar de vad de lärt sig. Jag skulle också satsa allt på att ta bort alla motstånd i det affärsmässiga flödet. Med det menas till exempel att tänka extra på utformningen, att skriva ingredienser och näringsdeklarationer i rätt ordning, att ha en streckkod stilfullt placerad på förpackningen (i alla fall om man tänkt sälja sin ost via Wijnjas som grossar åt livsmedelsbutiker). Jag skulle tänka på att tillverka, kapa och packa lagom stora bitar som folk är beredda att betala för (ytterst få kunder är beredda att köpa halvkilosbitar). Jag skulle fundera extra noga över storyn och hur människors smakupplevelse och köplust påverkas av berättelsen och namnet på min ost. Vad jag vill säga är att man kan inte vara en svensk ost och både se tråkig ut och vara dyrast i ostdisken! Jag skulle verkligen anstränga mig för att underlätta säljprocessen hos osthandlaren och återförsäljaren om jag vore ostproducent, säger Dennis Primmer.

På vilket sätt har den småskaliga svenska ostbranschen utvecklats de senaste åren? undrar jag.

– Jag märker, roligt nog, att pitchen har blivit mycket bättre bland svenska mathantverkare när de försöker få in sina produkter i butiken. Nuförtiden går det att föra bra samtal med småskaliga ostproducenter, det finns en lyhördhet hos dem, de börjar inse vikten av att ha goda relationer med återförsäljarna. Min uppmaning till alla mathantverkare är, lyft och förmedla era storys och er tolkning av traditioner och lokal ostkultur till butikssäljarna som kan ge de historierna som säljargument till kunderna. Både inköpare och slutkunder blir mer engagerade och beredda att betala ett högt pris för hantverksost när de får veta mer om verkligheten och villkoren bakom produktionen, säger han.

SÅ, HUR MÅR egentligen den svenska ostkulturen idag? Samtidigt som ödets klockor klämtar måste man väl säga att det finns en del nya möjligheter för hantverksystare som vill och har kapacitet att utveckla svensk ost för att möta nya konsument- och hållbarhetskrav (ekonomiska, sociala och miljömässiga). Det är väl ingen som vid det här laget har missat diskussionerna om möjligheterna att ysta och sälja svensk Eldost med miljölarmen om cypriotisk stekost färskt i minne? WWF släppte nyligen en rekommendation där de svenska varianterna av halloumi och hårdost får grönt ljus, men flera av de utländska ostarna som inte är ekologiska får rött ljus. Det är alltså rätt tid att satsa på lokal svensk hantverksost!

Ett gemensamt ostmanifest formulerat av gårds- och hantverksystare och osthandlare som med egna röster beskriver vad de gör, vad de borde göra, hur de jobbar, hur de borde jobba och på vilket sätt de bidrar, och borde bidra, till hållbar utveckling och till utvecklingen av svensk ostkultur - det finns mig veterligen inte. Så, vad väntar vi på? Fatta en penna och börja skissa på ditt personliga manifest och betänk din terroir medan mjölken koagulerar! Det finns plats för fler idéer och vinstdrivande företag i det svenska Ostlandet! //

Jennifer Ehnemark bor på Öland, arbetar med hantverksost på Androuet i Stockholm, är matskribent, YH-utbildad Eldrimner-mejerist och hjälper gärna kunder att hitta rätt ost i butiken.