



Smak av Telemark

Mat og matopplevingar ved Rauland Høgfjellshotell

ANNE-GURI KÅSENE OG SOLVEIG SVARDAL

TF-notat nr. 32/2009

TF-notat

Tittel:	Smak av Telemark. Mat og matopplevingar ved Rauland Høgfjellshotell.
TF-notat nr:	32/2009
Forfatter(e):	Anne-Guri Kåsene og Solveig Svardal
Dato:	15. juli 2009
Gradering:	Ingen
Antall sider:	57
ISBN:	978-82-7401-307-0
ISSN:	0802-3662
Pris:	Kr 190
Framsidedfoto:	Foto av Anne-Guri Kåsene, Telemarksforskning Rapporten kan lastes ned gratis som pdf fra telemarksforskning.no

Prosjekt:	Natur- og kulturbaserte opplevelser
Prosjektnr.:	20090530
Prosjektleder:	Anne-Guri Kåsene
Oppdragsgiver(e):	Rauland Høgfjellshotell

Resymé:

Sommaren 2009 vil Rauland Høgfjellshotell tilby smakar av mat og drikke frå Telemark på sin sommarbuffé. Seinare kan det og vera aktuelt med slike matprodukt i annan matserving ved hotellet.

Dette prosjektet summerer opp samarbeidspartnarar (produsentar og leverandørar), særigenheiter og opplevingar i tilknytning til produkt og produsent, kva hotellet kan bruke av dette, både i si formidling på hotellet og hjå produsenten, ved eventuelle besøk av grupper frå hotellet. Til slutt er det ein del forslag til konkret informasjonsmateriell, som Rauland Høgfjellshotell eventuelt kan bruke i ulike formidlingsaktivitetar på hotellet.

Telemarksforskning, Boks 4, 3833 Bø i Telemark. Org. nr. 948 639 238 MVA

Føreord

Rauland Høgfjellshotell AS har i regi av VRI-satsinga ”forskningsbasert kompetansemekling”, engasjert Senter for natur- og kulturbasert nyskaping ved Telemarksforskning til å kartleggje ressursar og foreslå natur- og kulturprodukt i verdikjeda for mat og måltidsopplevingar.

Denne rapporten dokumenterer prosessen og metodikken, og kjem med framlegg til eit mat- og måltidskonsept for Rauland Høgfjellshotell.

Anne-Guri Kåsene har vore prosjektleiar, og har gjennomført prosjektet saman med Solveig Svardal.

Bø, 15.7.2009

Anne-Guri Kåsene

Prosjektleiar

Innhald

1. Innleiing.....	9
1.1 Bakgrunn for prosjektet	9
1.1.1 Om Rauland Høgfjellshotell AS	10
1.2 Formål med prosjektet	10
1.3 Problemstillingar.....	10
1.4 Metode og arbeidsmåte.....	11
2. Mat med historie.....	13
2.1 Det natur- og kulturøkonomiske perspektivet.....	13
2.2 Frå mage til hjarte - nye trekk ved matmarknaden.....	14
2.3 Verdiskapande historier	15
3. Leverandørane og matkonsept for Rauland Høgfjellshotell.....	17
3.1 Aketun Fisk	18
3.1.1 Råvarer, produkt og foredling.....	19
3.1.2 Distribusjon og leveringsmåte.....	21
3.1.3 Kva for matprodukt passar på ein buffé?	22
3.1.4 Opplevingar hjå produsent og rundt produkta.....	22
3.1.5 Opplevingar på hotellet.....	23
3.1.6 Informasjonsmateriell.....	23
3.1.7 Oppsummering	23

3.2	Epleblomsten AS.....	24
3.2.1	Råvarer, produkt og foredling.....	24
3.2.2	Distribusjon og leveringsmåte.....	26
3.2.3	Kva for produkt passar på ein buffé?.....	26
3.2.4	Opplevingar hjå produsent og rundt produkta.....	26
3.2.5	Opplevingar på hotellet.....	27
3.2.6	Informasjonsmateriell.....	27
3.2.7	Oppsummering.....	27
3.3	Hovden og Møsstrond.....	28
3.3.1	Råvarer, produkt og foredling.....	29
3.3.2	Distribusjon og leveringsmåte.....	29
3.3.3	Korleis passar dette produktet på ein buffé?.....	29
3.3.4	Opplevingar hjå produsenten/leverandøren.....	30
3.3.5	Opplevingar på hotellet.....	31
3.3.6	Informasjonsmateriell.....	31
3.3.7	Oppsummering.....	31
3.4	Seljord Vin AS.....	32
3.4.1	Råvarer, produkt og foredling.....	32
3.4.2	Distribusjon og leveringsmåte.....	34
3.4.3	Kva for produkt passar på ein buffé?.....	34
3.4.4	Opplevingar hjå produsent og rundt produkta.....	34
3.4.5	Opplevingar på hotellet.....	35

3.4.6	Informasjonsmateriell.....	35
3.4.7	Oppsummering	35
3.5	Nye Telemarkskyri Meieri AS og Telemarksfeet	36
3.5.1	Råvarer, produkt og foredling.....	37
3.5.2	Distribusjon og leveringsmåte.....	38
3.5.3	Korleis passar dette produktet på ein buffé?	38
3.5.4	Opplevingar hjå produsent og kubønder.....	39
3.5.5	Opplevingar på hotellet.....	39
3.5.6	Informasjonsmateriell.....	39
3.5.7	Oppsummering	40
3.6	Vesaaskurven og garden Vesaas	40
3.6.1	Råvarer, produkt og foredling.....	41
3.6.2	Distribusjon og leveringsmåte.....	42
3.6.3	Korleis passar dette produktet på ein buffé?	42
3.6.4	Opplevingar hjå produsenten/leverandøren.....	42
3.6.5	Opplevingar på hotellet.....	43
3.6.6	Informasjonsmateriell.....	43
3.6.7	Oppsummering	43
4.	Opplevingskonsept og formidling.....	45
4.1	Konseptet: Produkt, historie, aktivitetar	45
4.2	Formidling på hotellet.....	47
4.2.1	Skilt på bufféen	47

4.2.2	Visittkort på spiseborda	48
4.2.3	Reiseguide.....	48
4.2.4	Temaark	49
4.2.5	Digital fotoramme.....	50
4.2.6	Sal av produkt frå resepsjonen eller hotellbutikk.....	50
4.3	Internett og brosjyremateriell	50
4.4	Forteljingar i kortversjon av det enkelte produkt/leverandør	51
	Referansar og kjelder.....	55
	Heimesider.....	55
	Bøker og rapportar	55
	Foto og bilete.....	56
	Vedlegg.....	57

1. Innleiing

Rauland Høgfjellshotell vil tilby gjestene sine ein smak av Telemark gjennom eit tettare samarbeid med eit utval av matprodusentar frå Telemark.



RAULAND
HØGFJELLSHOTELL

1.1 Bakgrunn for prosjektet

Prosjektet er starta som følgje av VRI-prosjektet ”FoU-basert innovasjon og kompetansemegling i opplevelsesnæringene i Telemark”. Hovudformålet med VRI-satsinga er å initiere forskingsprosjekt med utgangspunkt i behov bedrifter og verksemder har for forskning og utvikling (FoU).

Eit besøk på Rauland høgfjellshotell i november 2008 avdekkja problemstillingar av forskingsmessig art, og i møte 20.2.09 blei det avtalt å starte eit prosjekt med bakgrunn i følgjande problemstillingar:

- Rauland Høgfjellshotell har problem med å få garanti frå nisjeprodusentar i regionen for leveransar av lokale råvarer/matprodukt til ei kvar tid.
- Produsentane/leverandørane er i hovudsak opptekne av sjølve matproduktet eller råvarene. Dei er i mindre grad opptekne av opplevingar rundt råvarene/produkta dei leverer, slik som historier, mattradisjonar, kulturtradisjonar, osb.

1.1.1 Om Rauland Høgfjellshotell AS

Rauland Høgfjellshotell er eit tradisjonsrikt telemarkshotell med moderne fasilitetar, slik som Rauland FjellSPA, konferansefasilitetar, eit utsøkt kjøken, og mange andre opplevingar. Hotellet ligg sentralt til, både med tanke på Aust-, Vest,- og Sørlandet, og til den utanlandske marknaden.



1.2 Formål med prosjektet

Formålet med prosjektet har vore å kartlegge ressursar og foreslå kultur- og naturprodukt i verdikjeda for mat og matopplevingar.

1.3 Problemstillingar

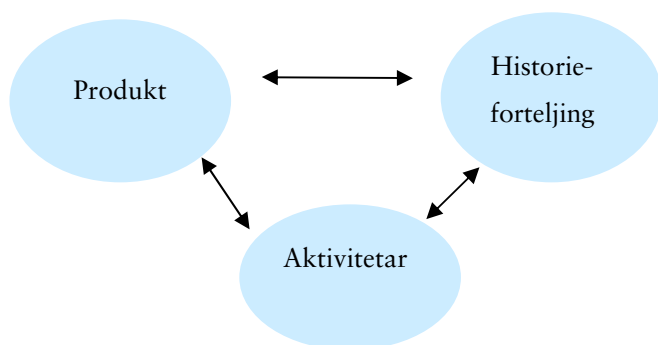
Prosjektet har kartlagt og drøfta følgjande problemstillingar og utfordringar:

- Kven er aktuelle samarbeidspartnarar i matverdikjeda?
 - Kva for bedrifter/produsentar og produkt/råvarer kan inngå som del av ei totaloppleving på hotellet?

- Kva for type av opplevingar er relevante i samband med ulike matprodukt og matopplevingar på hotellet?
- Kva for kjelder og ressursar er relevante som del av eit totalprodukt, og i opplevingane på hotellet og hjå den enkelte produsent/bonde?
- Korleis kan ein knyte saman ulike matprodukt frå lokale nisjeprodusentar med måltidsopplevingane på hotellet?
 - Kva må leggst til rette for å få dette til? (Både frå produsent/leverandør og på hotellet)
- Korleis kan den lokale kulturen, naturen og/eller naturgjevne forhold bli gjort synleg som ein integrert del av eit måltid eller ei måltidsoppleving ved hotellet?

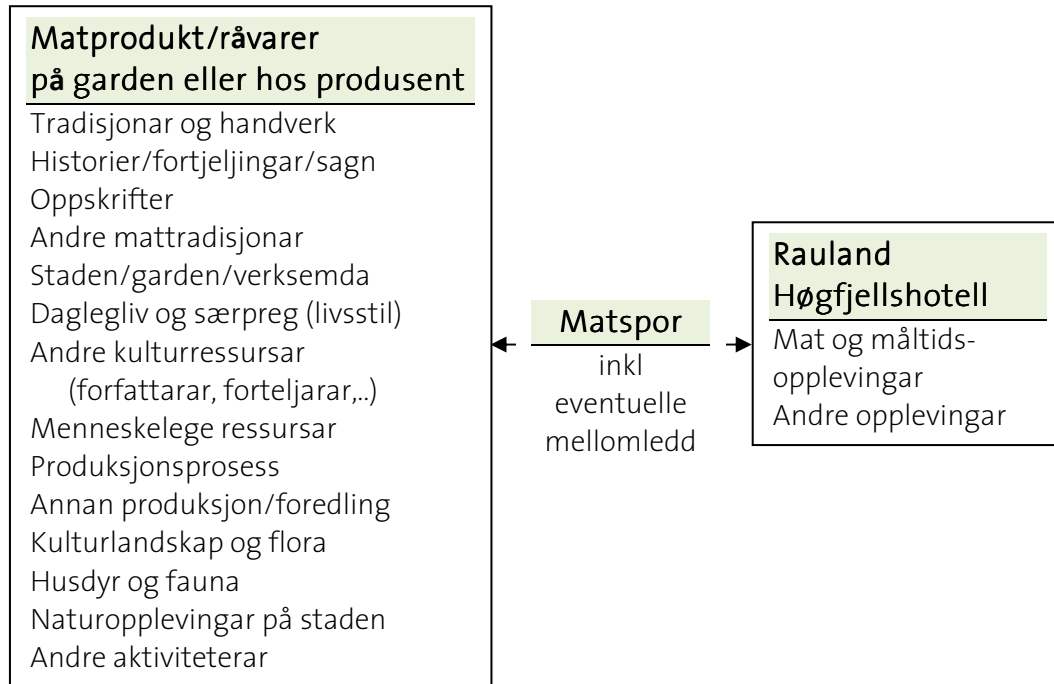
1.4 Metode og arbeidsmåte

Rauland Høgfjellshotell ønskte eit prosjekt med ei praktisk tilnærming. Arbeidsmetoden har difor vore empiriske undersøkingar med utgangspunkt i det kultur- og naturøkonomiske perspektiv. Viktige målsettingar med dette perspektivet er å identifisere, reindyrke og aktivt gjera bruk av det som er spesielt for staden/bedrifta, og legge dette til grunn for både produkt- og utviklingsstrategien. Ein natur- og kulturøkonomisk tilnæringsmåte tek utgangspunkt i dei tre dimensjonane; produkt, historieforteljing og aktivitetar.



Figur: Samanheng mellom produkt, historieforteljing og aktivitetar i ein heilskapleg natur- og kulturøkonomisk utviklingsstrategi (Lønning & Svoldal, Telemarksforsking, 2005).

Rauland Høgfjellshotell og Telemarksforskning har vald ut eit utval av produsentar av mat og drikke frå Telemark, som er aktuelle som samarbeidspartnarar for hotellet. Desse er blitt intervjua med utgangspunkt i infrastrukturforhold og matsporsmodellen nedanfor.



I dei neste kapitla er det for kvar einskild produsent/leverandør summert opp det som er unikt og særprega med produsenten eller i miljøet rundt produsenten, og med forslag om korleis dette kan leggest til rette slik at det blir praktisk å ta i bruk, både for produsent/leverandør og for Rauland Høgfjellshotell.

Etter ønske frå Rauland Høgfjellshotell, er det i første omgang særleg aktuelt å teste ut desse produkta på ein sommarbuffé. Dersom dette blir vellukka, kan konseptet også takast i bruk i andre samanhengar, til dømes på andre typar bufféar og i à la carte-rettar.

2. Mat med historie

Vi lever i ei tid der vi i aukande grad etterspør spesialitetar, opplevingar og dei unike historiene. Denne utviklinga er spådd å forsterke seg når velstanden aukar, og vi får stetta stadig fleire av dei materielle behova våre. Mat med historie er etterspurt.



2.1 Det natur- og kulturøkonomiske perspektivet

Nyare forskning på bygdeutvikling i Europa viser at skilnader løner seg, og at dei som greier å finne fram og vidareforedle det spesielle og særeigne tufta på natur, kultur, menneskeleg ressursar og identitet, vil ha større mulegheit for å lukkast i arbeidet med stad- og næringsutvikling. Dette dannar utgangspunktet for det meste av arbeidet Senter for natur- og kulturbasert nyskaping ved Telemarksforsking gjer innafor feltet bygde- og næringsutvikling.

Natur- og kulturøkonomi er strategiar for å omdanne lokal natur, kultur og kunnskap til ressursar for nærings- og stadutvikling. Viktige målsettingar i dette perspektivet er å identifisere, reindyrke og aktivt gjera bruk av det spesifikt stadeigne, og legge dette til grunn for både produkt- og identitetsutviklinga. Slike utviklingsstrategiar er med på å gjera staden/regionen annleis, og representerer konkurransefortrinn for lokalsamfunn og næringsliv.

Den natur- og kulturøkonomiske tilnærminga til lokal utvikling har som formål både å utvikle nye salsprodukt, og å kunne produsere nye feste og utgangspunkt for lokal kultur og identitet. Ein viktig del av denne prosessen er å definere meir heilskaplege utviklingsvegar og satsingar med utgangspunkt i stadleg særpreg. Kunnskapen og ressursane (råvarene for strategien) kan til dømes finnast innanfor mat, kunst, litteratur, landskap, natur, kulturminne og -miljø.

Det økonomiske potensialet ligg i den tilleggsverdien ei vare (breitt definert) kan hente ut gjennom å framstå i ei form som appellerer til sansane, og der heile transaksjons- og konsumsituasjonen står fram som minneverdig for konsumenten ("gjesten").

2.2 Frå mage til hjarte - nye trekk ved matmarknaden

Mat har gjennom historia handla om, og gjer det framleis for dei langt fleste menneske i verda, ernæring, og om å stille svolt. Det har utvikla seg ulike mat- og måltidstradisjonar avhengig av tilgangen til råvarer, mulegheiter for lagring og konservering, religiøse og kulturelle skikkar, velstandsnivå, med meir. Slik blir også mat- og måltidsskikkar ein viktig del av ein reisande sin oppleving av ein stad eller eit område.

Dei seinare åra har vi i rikare delar av verda også sett at mat, vin og måltidsopplevingar har fått aukande interesse også i dagleglivet. Vi registrerer samstundes ein todeling av matmarknaden. I det daglege er vi opptekne av rask og enkel tilgang til rimeleg mat, medan vi i samband med helg, festar og feriar ønskjer, og har høve til, å oppleve noko ekstra.

2.3 Verdiskapande historier

Verda blir meir og meir lik på tvers av landegrenser. Vi opplever ei standardisering av varer og tenester, og arbeidsplassar blir flagga ut frå høgkostland til lågkostland. Som ein mottrend til denne globaliseringa og einsartinga oppstår individualiseringa, der enkeltmennesket sine spesielle behov står i sentrum. Vi registrerer aukande konsum for å tilfredsstille spesielle behov. Individet jaktar på spesielle og unike opplevingar, gjerne knytt til stader sin eigenart. Dess meir spesiell og unik ein plass er, dess meir attraktiv blir den som reisemål, og dess meir interessant blir den også som busettingsmål og lokaliseringsplass for ny næring.

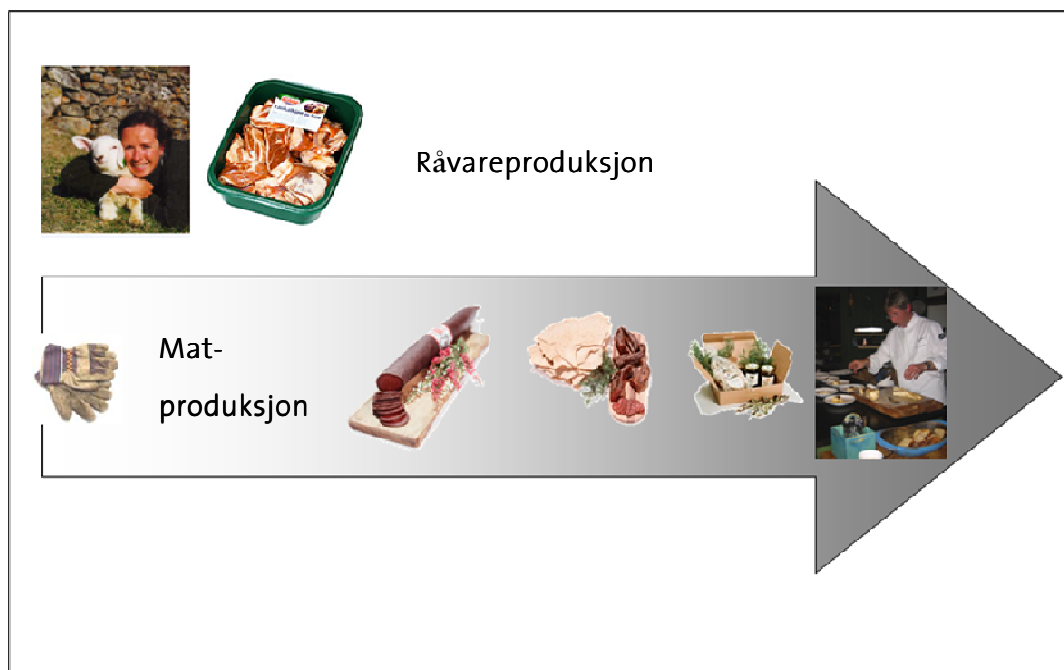
Ein heilskapleg natur- og kulturøkonomisk utviklingsstrategi bør vera fundamentert på at dei tre dimensjonane produkt, historieforteljing og aktivitetar (sjå modellen i kapittel "Metode og arbeidsmåte") heng nøye saman og forsterkar kvarandre gjensidig i ei heilskapleg oppleving, eller innleving, av dei ulike reisemåla (Lønning & Svardal, 2005).

Verdiane ein kan ta ut av eit produkt er summen av den faktiske verdien produktet aleine har, og dei tilleggsvardiane ein tilfører produktet gjennom historieforteljing, innpakking, kjøpsoppleving, kultur- og naturopplevingar og liknande aktivitetar.

Historier kan formidlast passivt gjennom bilete, tekst og utstillingsmodellar i eit tradisjonelt museum, men også underbyggast og vidareforedlast ved å la gjestene oppleve dei og ta del i aktivitetar. Aukande grad av deltaking vil gje aukande verdi, både for gjesten / deltakaren, og for tilbydaren.

Med ei rik kulturell historie knytt til bruk av landskapet og naturen, er mulegheitene mange for å utvikle gode aktivitetstilbod. Ei levandegjering og fornying av tradisjonar, knytt til dømes til matlaging og handverk, vil kunne styrke tilbodet endå meir.

Vi kan altså velje strategi; Rask og effektiv råvareproduksjon, eller ein meir verdiskapande matproduksjon der historier, oppskrifter, innpakking og deltaking gir produkta aukande verdi, og aukande etterspurnad. Dei to alternativa er illustrert i figuren under.



Figur: Historier, oppskrifter, innpakking, deltaking: Aukande verdi, aukande etterspurnad.

3. Leverandørane og matkonsept for Rauland Høgfjellshotell

I samråd med Rauland Høgfjellshotell vart det plukka ut seks produsentar/leverandørar av mat og drikke frå Midt- og Vest-Telemark. Dei ulike leverandørane dekker produkt eigna både til varm og kald mat, og er mat og drikke som vil passe på ein sommarbuffé på Rauland Høgfjellshotell.



I det følgjande er det ei omtale av kvar av desse produsentane / leverandørane i alfabetisk rekkefølge. Kvar av dei er omtala basert på følgjande tema:

- Kort om verksemda
- Råvarer, produkt og foredling
- Distribusjon og leveringsmåte
- Kva for produkt (mat/drikke) passar på ein buffé?

- Opplevingar hjå produsent og rundt produkta
- Opplevingar på hotellet
- Informasjonsmateriell

3.1 Aketun Fisk



Familiebedrifta Aketun Fisk ligg ved Fyresvatn i Fyresdal. Enkeltpersonføretaket Aketun Fisk er eigd og vert drive av Ingebjørg og Jonny Aketun. Bedrifta har spesialisera seg på foredling av sjølvfiska innlandsfisk; sik, aure og røye. Aketun Fisk er – så vidt vi kjenner til – den einaste innlandsfiskebedrifta i Noreg, som sjølv tek hand om heile produksjonsprosessen og verdikjeda. Dei fiskar i Fyresvatn, reinskar og foredlar fisken, og marknadsfører og sel den gjennom ulike sals- og distribusjonskanalar. I tillegg kjøper Aketun inn noko oppdrettsfisk av aure, gjedde og ål.

Aketun produserer fisk av høg kvalitet basert på fornybare ressursar. Det vert no arbeidd for å få Fyresvatn og fiskeanlegget til Aketun miljøsertifisert.

3.1.1 Råvarer, produkt og foredling

Fisken i Fyresvatnet vert fiska med storruse. Storrusa har garn som leier fisken inn i eit fangstrom. Frå dette romet vert det tatt opp levande fisk fleire gonger i veka. Fangst av levande fisk gjev høgare kvalitet på fiskeprodukta. Slik fangsmetode gjer det og muleg å sette ut igjen fisk som er for liten, og dermed sikre forvaltninga og fiskeressursane i Fyresvatn.

Bedrifta foredlar om lag 12 tonn fisk årleg. Om lag 10 tonn med sik, aure og røye kjem frå egne storruser, og ca 2 tonn vert kjøpt inn frå andre leverandørar (mellom anna oppdrettsaure, gjedde og ål). Aketun sel fersk sik, røye og aure, og ulike røykte og grava fiskeprodukt, fiskekaker og andre fiskeprodukt (sjå nedanfor) frå produksjonsanlegget i Fyresdal.

Bedrifta har jamn produksjon og leverer heile året, og bestillingstid for sikker levering er ei veke. Røykte fiskeprodukt har haldbarheitstid på to månader. Den grava fisken er haldbar inntil ein månad. Aketun kan levere både fersk fisk og frysen fersk fisk, som er vakuumert.

Produkta som vert foredla og selt frå Aketun Fisk er (sjå neste side):

Sik



Aure



Fersk sik
Sik filet fersk
Sik varmrøkt heil
Sik varmrøkt filet m/pepparmix
Sik varmrøkt filet m/sitronpeppar
Sik varmrøkt filet m/urter (sesong)
Sik kaldrøkt filet
Sik grava filet
Tomatsik
Sennepsik
Sursik
Sikkaker
Sikpudding
Sikmousse
Sikkaviar

Fersk aure
Aure filet fersk
Aure varmrøkt heil
Aure varmrøkt filet m/pepparmix
Aure varmrøkt filet m/sitronpeppar
Aure varmrøkt filet m/urter (sesong)
Aure kaldrøkt
Aure kaldrøkt i skiver
Aure grava filet
Aure i lake
Aurepudding
Auremousse

Røye



Fersk røye

Røye varmrøykt heil

Andre produkt



Gjeddekaker

Ål varmrøykt filet

Røykte reker

I tillegg er det nå planer om eit nytt produkt – røykte reker – som er eit ”snacks”-produkt, som også kan egne seg på hotell og andre stader med servering.

Foredlinga går føre seg på garden i Fyresdal, der fisken vert reinska, filetert og vakuumert. Aketun lagar og fiskekaker og fiskesalat, til dømes av sik og aure. Slike ferske produkt er bare å få kjøpt i gardsbutikken, og på messer og marknader.

På nettsidene til Aketun Fisk - www.aketunfisk.no - er det oppskrifter med døme på bruk av sik i ulike matrettar.

Aketun har fått fleire prisar, mellom anna ”Norskog’s Innovasjonspris 2006”.

3.1.2 Distribusjon og leveringsmåte

Bedrifta leverer produkta sine til spesialbutikker, hotell og andre stader med matservering. Aketun Fisk har og eigen gardsbutikk med sal av ulike fiskeprodukt. I tillegg er Ingebjørg og Jonny med på messer, bygdedagar og liknande, for å sele og marknadsføre produkta sine i lokalmiljøet og regionen.

Aketun bringer sjølv fiskeprodukta til Fyresdal sentrum, der ulike distributørar tek hand om distribusjonen vidare rundt omkring i Telemark og til andre delar av Aust- og Sørlandet. Distributørar og grossistar som vert nytta er mellom anna Rett ANS, Bakers, og det vert no arbeid for å få produkta gjennom Norske Spesial Grossistar (NSG).

Distribusjon frå Fyresdal til Rauland kan gå via Rett ANS til Seljord, og omdistribuerast der til Leif Torp Transport, som kjører rute til Haukeli og Rauland.

3.1.3 Kva for matprodukt passar på ein buffé?

Dei fleste av produkta til Aketun eignar seg svært godt på ein anretning der gjesten forsyner seg sjølv (buffé). Hotellet må dele fisken opp i passelege stykke, fordi Aketun leverer fisken i filetar. Både varmrøykt, kaldrøykt og grava fisk, vil kunne eigne seg godt på ein buffé, saman med rømme og andre dressingar og til brød og flatbrød. I tillegg har Aketun sikprodukt på glas (tomatsik og sennepsik), kaviar, puddingar og moussear av sik og aure. Fiskeprodukta passar og godt, både som forrettar og hovudrettar i ein à la carte.

3.1.4 Opplevingar hjå produsent og rundt produkta

Aketun Fisk har både fiskeforedlingsanlegg, fiskebutikk og sommarkafé på garden sin i Fyresdal. Her tek dei imot grupper til omvisning og forteljingar om garden og produksjonen. Dei har eit eige opplegg der Ingebjørg og Jonny Aketun fortel og seg sjølve, bakgrunnen for etableringa, kvifor dei satsa på fiske og fiskeforedling i Fyresdal, om produkta og produksjonen, og historier frå garden og forfedrane. Dei legg opp til å formidle ei ”heilskepleg historie om familien Aketun”. På Aketun får gjesten smaka på produkta, og høve til å kjøpe med seg ulike fiskeprodukt heim. Aketun Fisk tek betalt for å ta imot grupper, og det er litt ulike prisar avhengig av kva gruppene ønsker av omvisning, matserving, historieformidling, osv.

Det som er mest spesielt med Aketun er likevel at dei er det einaste fiskeforedlingsanlegget av innlandsfisk i Noreg som tek hand om heile verdikjeda, heilt frå råvarene (fiskinga i Fyresdal), råvarehandsaminga og foredlinga, pakking, marknadsføring og sal. Så vidt vi kjenner til, så finst det ikkje andre her i landet, som gjer det-

te med innlandsfisk. I tillegg er Jonny Aketun styreleiar i Norsk Innlandsfiskelag (NIL), og har svært gode kunnskapar om fisk, fiskemetodar og foredling. Familien Aketun representerar såleis ei breidde av ressursar og kompetanse, som gjer dei unike, også i formidlingssamanheng.

Aketun Fisk har og ei lita hytte, som dei leiger ut med jakt- og fiskemulegheiter.

3.1.5 Opplevingar på hotellet

Smaksopplevingar og råvare/produksjonen er truleg det viktigaste her. Aketun tek vanlegvis ikkje på seg oppdrag med å reise rundt for å fortelje historier eller halde foredrag.

Aketun har mange ulike fiskeprodukt frå innlandsfisk, noko som gjer dei unike i Telemark og i Noreg. Fiskemetoden og at dei sjølve tek hand om heile verdikjeda – frå råvara til ferdig produkt og sal – er eit anna særpreg ved bedrifta, som gjer at dei skil seg ut frå andre liknande produsentar.

3.1.6 Informasjonsmateriell

Aketun har egne heimesider, www.aketunfisk.no. Dei har litt brosjyremateriell (sjå vedlegg), og har no planer om ein ny og mindre folder, som vil likne i størrelse på den som Epleblomsten har laga. (Sjå omtale av Epleblomsten i neste kapittel.) Dei har ikkje små kort eller liknande, som kan passe på ein buffé.

Det er og muleg å sele dei vakuuerte fikseprodukta på hotellet, under føresetnad av at hotellet har ein eigna og godkjend kjøledisk. Tomatsiken og sennepsiken er og produkt som kan vera eigna for slikt sal.

3.1.7 Oppsummering

Aketun Fisk vil gjerne levere fisk og fiskeprodukt til Rauland Høgfjellshotell. Aketun har ulike typar av fiskeprodukt, som vil egne seg godt på ein buffé. Det er og muleg å få distribuert produkta frå Fyresdal og til hotellet. Hotellet bør tinge varer helst ei veke før, for å sikre at produkta kjem fram i tide.

3.2 Epleblomsten AS



Britt og Sveinung Sauar flytta frå Oslo til Sauar i Sauherad kommune i 2001, for å ta over garden etter foreldra til Sveinung. Dei ville vera meir enn konvensjonelle råvareprodusentar, og utvikle garden til ein sunn og god arbeidsplass. Dei er ikkje redde for å gå nye vegar, men legg vekt på god forankring i stolte tradisjonar og i eit ærleg landbruk. Britt har hovudansvar for produksjon av eigne eple, for saftproduksjonen, på både eigen og innkjøpt frukt samt for gardsbutikken.

3.2.1 Råvarer, produkt og foredling

Kvart fjerde norske eple er produsert i fruktbygda Sauherad, midt i Telemark. Satsinga på frukt starta så smått tidleg i 1920-åra, men skaut først fart etter andre verdskrigen. Garden Sauar var blant dei første. Også saftpressing har lange tradisjonar i Midt-Telemark. Det var fruktpresseri i Bø på 40- og 50-talet. Anlegget vart seinare nedlagt og flytt til Skien.

Saftpressa på Sauar pressar i dag eple frå området til 250.000 liter most under merket Frisk og Frodig. I tillegg utfører dei leigepressing i mindre skala for fruktprodusentane i området.

Epla skal vera førsteklasses, plukka rett frå trea og handsortert før dei går i pressa. Etter pressing blir safta, som er utan nokon form for tilsetting, tappa på hermetisk lukka 3-liters kartongar og pasteuriserte. Eit mindre parti blir tappa på flasker (13.000 i 2008), og er tenkt hovudsakleg til restaurant- og selskapsmarknaden.

Eplemosten er først og fremst eit reint drikkeprodukt. Den er også god som gløgg tilsett kanel, eller som smakstilsetning i sausar eller ved steiking av kjøt.

Ulike eplesortar gir ulike smakar. Difor blir også flasker og kartongar merka med kva for eplesortar safta er laga av.

Epleblomsten pressar også ein del solbær til saft på 3-liters kartongar. Denne er også heilt utan tilsetningsstoff, og er etterspurt på grunn av c-vitaminer og antioksydantar.

I tillegg er det ein liten produksjon av eple- og pæresirup. Dette er rein most som er koka inn til om lag 10% i volum. Sirupen er godt eigna som følgje til is eller ein skarp ost.

Epleblomsten har fått ei rekke prisar, sertifikat og utmerkingar sidan starten i 2003: Innomatprisen 2004, Bygdeutviklingsprisen 2005, Årets produkt i Telemark i 2008 og Gasselebedrift 2008.

Produksjonsanlegg og produksjonsrutinar er Debio-godkjende for produksjon av økologiske varer. I 2007 blei eplemosten tildelt spesialitet-merket, som dokumenterer norskproduserte matprodukt med spesielle kvalitetar. Dei er også medlemmar av Grønt Punkt, som sikrar gode retur- og attvinningsordningar for emballasje.





Illustrasjon: Epleblomsten har fått ei rekke prisar, sertifikat og utmerkingar.

3.2.2 Distribusjon og leveringsmåte

Epleblomsten har i dag ingen fast distribusjon til Vest-Telemark, men kan levere med vanleg godstransport eller ved eigen utkøyring. Dei har fast køyring til Rauland tre til fire gonger i året.

3.2.3 Kva for produkt passar på ein buffé?

Eplemosten er, både som flasker og som glas tappa frå kartong, godt følgje til dei fleste matrettar. Den vil vera for dyr til å stå framme for fri forsyning, men eigna for å ta opp eigen bestilling ved bordet, som for mineralvatn, øl og vin. Også sirupane vil vera for kostbare produkt å setje fram på ein buffé, men vil vera aktuelle i restaurantmenyen.

3.2.4 Opplevingar hjå produsent og rundt produkta

Epleblomsten tar i dag i mot grupper, opptil førti, i eigne lokale knytt til saftpressa og gardsbutikken på garden.

På eit slikt besøk blir det informasjon om Epleblomsten og produksjonen, smak av ulike variantar av eplemosten og andre produkt frå produksjonen. Inntil mosten blir det servert "Brau" frå Skreppa i Morgedal. Dessutan kan dei tilby kåseri om bygda og garden. Sauar har vore i slekta sidan 1743. Den gongen var det lensmannsgard, og den siste drapsmannen som vart avretta i Sauherad, sat fengsla i

våningshuset. Far til Sveinung, Hans Olav, er med og fortel historiene frå garden og bygda.

3.2.5 Opplevingar på hotellet

Epleblomsten har per dato ingen tilbod om å reise ut på hotella for å halde foredrag eller liknande, men vil vera villige til å diskutere det. Far til Sveinung, som no er pensjonist, er ein anerkjent og god historieforteljar. Smaking av eplemost frå ulike sortar eple kan kanskje også vera av interesse, på lik linje med vinsmaking.

3.2.6 Informasjonsmateriell

Epleblomsten har egne heimesider, www.epleblomsten.no, med god informasjon om verksemda, produkta og mulegheiter for gardsbesøk. I tillegg har dei særleg ein liten brosjyre som kan vera aktuell å leggje ut som informasjon på hotellet.

3.2.7 Oppsummering

Eplemost, både i flasker og på kartong, er godt eigna til å sette smak frå Telemark på kartet på Rauland Høgfjellshotell. Det er varer med god historie, som er lagringsdyktige og enkle å distribuere. I tillegg kan Epleblomsten ta i mot grupper på garden.

3.3 Hovden og Møsstrond



Familieverksemda Hovden ligg på Hovdøya på Møsstrond. Eigarane og drivarane er Heidi og Harald Hovden. Heidi driv mest med røyefiske og Harald med transport. I tillegg har familien fire born under fem år.

Hovdøya er ”sentrum” for bygdesamfunnet Møsstrond, og er det høgst liggjande bygdesamfunnet i Noreg. På Hovdøya er det soknekyrkje, og tidlegare var der internatskule for borna frå Møsstrond, men denne blei lagd ned for nokre år sidan, og er nå blitt gjort om til turisthytte.

Møsstrond er utan vegsamband, og gardane ligg spreidde rundt det fire mil lange Møsvatn. Truleg var det folk på Møsstrond for 9000 år sidan, og på Hovdøya er det funne hustuffer etter eit 30 meter langt langhus frå 1100-1250 talet. Der er og funne gravfunn i ein steinhaus frå Vikingtida, som inneheldt synål, kniv og anna reiskap. På Hovdøya, og i området langs Møsvatn, er det og funne mange jernvinneplassar.

I dag bur det i underkant av 150 menneske langs Møsvatn. Levebrødet er jordbruk, fiske, jakt, handverk, transport og turisme. Bygdesamfunnet, og særleg Hovdøya med internatskule, forsamlingshus og kyrkje, har knytt møsstrondingane saman til eit samfunn, som gjev kjensle av eigen identitet. Øystein Kostveit skriv i boka ”Fjellbygdi ved Møsvatn”:

” Ei bygd som låg så einbølt til, så langt til alle kantar, tok preg av dette. Eit sermerkt folkeliv utvikla seg, det hev forma samfunnet her heilt fram til notid. Impulsar utanfrå kom roleg og fekk tid til å sige ned i folkedjupet.”

3.3.1 Råvarer, produkt og foredling

Ved Hovdøya finn ein dei beste fiskeplassane i Møsvatn. Møsvatn er i eldre kjelder rekna for å vera det beste fiskevatnet i Telemark. Fram til på 1930-talet var auren den einaste fisken. Etter det har røya tatt over. Fiske har alltid vore ei viktig næring på Møsstrand, både fiske for sal og utleige av fiskerettar.

Heidi driv med garnfiske, og familien Hovden sel og leverer frysen røye. Høgseongen for fiske er om våren og hausten, men i dei seinaste åra har det vore mindre fisk i Møsvatn. Hovden fiskar om lag 1000 kg røye i året. Røya vert frysen ned i 10 kg pakker på Hovden, der dei har vaskerom, kjølerom og frysarar. Hovden har fått godkjenning frå Mattilsynet til å drive med ”småskala produksjon av rakefisk, røkt fisk og fersk frossen fisk av fisk frå Møsvatn” (sjå vedlegg).

Dei leverer både reinska og ureinska røye til lokale serveringsstader, og til andre kundar i Midt- og Nedre-Telemark. I tillegg legg Hovden ned om lag 1000 kg rakefisk om hausten, som vert seld før jul. Dei har og mulegheit for å røyke fisken. Ut over det har dei ikkje annan foredling av røya.

3.3.2 Distribusjon og leveringsmåte

Harald Hovden kjører sjølv rundt med fisken til kundane sine i Telemark. Dei vil gjerne levere både fersk frossen røye og rakerøye til Rauland Høgfjellshotell, og kan sjølv bringe fisken til hotellet. Rauland Høgfjellshotell kan og få røye levert nå i sommar. Vanleg storleik på røya er om lag 200 gram.

3.3.3 Korleis passar dette produktet på ein buffé?

Møsvassrøya er ei delikatesse, og har etter kvart blitt eit kjend ”fiskemerkevarenamn”. Røya passar godt som varmrett på ein buffé. Kålsalat og rømmesaus er godt til den sprøsteikte røya, gjerne steikt i godt smør frå Nye Telemarkskyri Meieri. Varmrøkt møsvassrøye er også ei delikatesse. Den varmrøykte fisken passar godt som fyll i lefse/lompe, eller ved sida av lefse eller til flatbrød. I førjulstida er rakefisken og eit godt alternativ på ein buffé eller julebord.

3.3.4 Opplevingar hjå produsenten/leverandøren



Harald Hovden driv med transport, båttransport i sommarhalvåret og scootertransport i vinterhalvåret. Om vinteren transporterar Hovden isfiskarar med snøscooter til fiskeplassar over heile Møsvatn. Han har og ferdig mata fiskehol for dei som ynskjer det.

(Sjå www.isfiske.no.) Hovden har og ei utleigehytte.

Illustrasjon: Isfiske på Møsvatn.

M/B Fjellvåken stoppar vanlegvis ikkje på Hovdøya, men i sommarmånadene vert det på torsdagar (i 2009) arrangert ein tretimars guida tur på Møsvatn med Fjellvåken. På denne turen er det ein stopp på Hovdøya, med omvisning på øya og i kyrkja. Heidi Hovden sel og serverer da kaffi og kaker frå heimen sin til desse guida turane.

Hovden kan i tillegg og godt tenke seg å ta imot andre grupper. Den nye scooterlova kan føre til at det blir vanskelegare å hente/bringe folk frå/til Rauland Høgfjellshotell om vinteren. Om sommaren hentar Hovden turistar og andre besøkande på Varland.

Det mest særprega ved møsvassrøya og Hovden er lokalsamfunnet Møsstrond (inkl Hovdøya), og særleg dette med at det er eit lokalsamfunn der menneska som bur og lever der har eit spesielt levesett. Dette har gitt møsstrondingane sin eigen identitet. I våre dagar er det få døme på veglause lokalsamfunn og grender, og vel ingen døme på grendesamfunn så høgt til fjells. Dette gjer staden heilt unik. Eit besøk på Møsstrond og Hovdøya er noko dei fleste hugsar!

3.3.5 Opplevingar på hotellet

Smaksopplevingane og sporbarheit til produsent og dette særprega bygdesamfunnet, er truleg det viktigaste for hotellet å ha fokus på. Truleg smakar ikkje røya frå Møsvatn noko særleg annleis enn røye frå eit anna fiskevatn.

Det mest unike ved møsvassrøya er nok historiene hotellet kan fortelje og formidle om bygdesamfunnet Møsstrond der fisken kjem frå. Eit besøk på Møsstrond, og aller helst med eit besøk på Hovdøya, vil gje mest tilleggsverdi, og er noko som skil dette produktet frå andre produkt.

3.3.6 Informasjonsmateriell

Hovden har ikkje noko brosjyrar om fisken del sel, og dei har heller ikkje små bordkort, som eventuelt hotellet kan bruke på sin buffé. På www.isfiske.no har Hardangervidda Turistservice lagt ut informasjon om isfiske på Møsvatn og tilbod rundt dette.

Det er truleg heller ikkje så aktuelt å sele fisken frå hotellet, men dette er sjølv sagt noko Rauland Høgfjellshotell må ta stilling til i samråd med Hovden.

3.3.7 Oppsummering

Familien Hovden vil gjerne levere og sele røye til Rauland Høgfjellshotell. Det er særleg den fersk frosne røya som er aktuell til sommarbuffé. Harald Hovden har stadfesta at han sjølv kan levere fisken til hotellet.

I tillegg til god fisk, så er opplevingar knytt til ein tur til Hovden på Møsstrond, truleg den største tilleggsverdien og opplevingane ein hotellgjest kan få i tilknytning til denne matråvara.

3.4 Seljord Vin AS



Elisabeth og Tor Rett etablerte Seljord Vin i 2005. Tor er fødd i Seljord, og ville gjerne flytte heim att og skape noko nytt frå botn av saman med kona. Med sterk interesse for mat og vin, fall etter kvart valet på vinproduksjon med tilhøyrande aktivitetar og opplevingar. Dei har bygd opp kompetanse gjennom eit nært samarbeid med ein av dei fremste produsentane av sider og fruktvin i Tyskland, Pomona GmbH. Dei har vore på årlege studieopphald i Tyskland for å lære vinproduksjon, og fått råd om kjøp av utstyr.

”Det du ikke dør av blir du sterkere av” (Elisabeth Rett)

Produksjonslokala i Seljord er topp moderne utstyrt. Der kan dei lage og tappe drikkevarer, med og utan alkohol, og med og utan kolsyre. I tillegg har dei tunnel-pasteur som pasteuriserer flaskene ferdig tappa og korka, slik at dei ikkje treng å tilsette konserveringsmiddel.

3.4.1 Råvarer, produkt og foredling

Per i dag har Seljord Vin følgjande produkt for sal:

- Skogsbærvin

- Eplevin
- Eplesider
- Solbærsider

Sideren er ein meir kontinental variant enn den vi kjenner frå våre eigne frukt- og bærdistrikt. Den blir produsert etter siderhusreglane, og blir tappa på flasker à 0,275 liter. Med eit alkoholinnhald på 4,5 volumprosent er den til sals i butikk. Årleg produksjon er om lag 25.000 flasker av kvart slag.

Eplesideren blir laga på eple frå Telemark. Solbærsideren blir laga på norske solbær, først og fremst frå Telemark.

Eplevinen er ny av året. Den er laga på eple, hovudsakleg av sorten Åkerø, og produsert i Telemark.

Skogsbærvinen er laga av blåbær og tyttebær som veks i midnattsolområda i Nord-Noreg og Nord-Sverige. Bæra blir pressa, konsentrerte og frosne så fort dei er plukka, for å sikre høgast muleg kvalitet. Produksjonen er i dag på om lag 20.000 flasker årleg.

FRUKTVIN



Seljord Skogsbær 2007, Seljord Vin, Telemark, Norge

Varenr: 57052 (BU) **Poeng:** 75 **Pris:** 126,70 **Tannin:** 4

Aroma: Mest tyttebær, men også tørr skogsduft av krydder og treverk.

Smak: Sitter godt, har bra struktur og lengde.

Konklusjon: Dette er laget av tyttebær og blåbær, nei ikke le. Ikke noen drikkevin. Ikke fortell hva det er før du serverer den.

Passer til: Lettere vilt med noe sødme som enkelte deler av hjorten.

Illustrasjon. Fruktvin frå Seljord. (Frå www.dagbladet.no. Publisert fredag 14.11.2008.)

Seljord Vin jobbar no med å utvikle ein solbærbasert gløgg for sal gjennom Vinmonopolet, og håpar den skal vera tilgjengeleg før jul i år.

Elisabeth og Tor Rett har eit unikt nettverk av vinprodusentar, -smakarar og skribentar rundt seg. Åse Jacobsen (søster av Tor) skriv mellom anna fast for Aperitif, og Grythyttan vin i Sverige blir drive av fetteren hans.

3.4.2 Distribusjon og leveringsmåte

Vinane er tilgjengelege for forbrukar frå bestillingsutvalet til Vinmonopolet. Skogsbærvinen er også tilgjengeleg på 50 polutsal, medan eplevinen så langt bare er å få kjøpt på polet i Seljord.

Distributør er Vectura. I tillegg vil Seljord Vin kunne tilby ulike lokale distribusjonsløysingar.

3.4.3 Kva for produkt passar på ein buffé?

Alkoholhaldige drikkevarer kan ikkje setjast fram for sjølvbetjening på ein buffé, men må serverast i tråd med skjenkeløyve. Men alle variantane av sider og vin, vil passe godt som følgje til både varme og kalde rettar.

- eplesider til spekeskinke
- solbærsider til rømmegraut og spekekjøtt (fenalår)
- eplevin til melon og spekeskinke
- skogsbærvin til lam og vilt

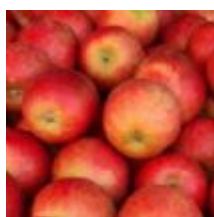
3.4.4 Opplevingar hjå produsent og rundt produkta

Seljord Vin tilbyr i dag tre hovudtypar aktivitetar knytt til eigne lokale:



Restaurant

Lokala til Seljord Vin inneheld også ein restaurant, med alle skjenkerettar. Her utfaldar kokken Tor seg, og tek i mot lukka selskap. Målgruppa er venegjengar, firma og familieselskap.



Kurs

Seljord vin tilbyr spesialtilpassa kurs i matlaging, vinsmaking og partering av vilt. Dei har eit profesjonelt kjøkken, og kokken Tor har lang fartstid og levande interesse for mat. I tillegg har

dei knytt til seg folk med ekspertise på vin.



Omvising

Seljord Vin tilbyr omvising i vineriet med smaksprøver i restauranten. Opplegget blir skreddarsydd etter dei besøkande sine ønske.

3.4.5 Opplevingar på hotellet

Seljord Vin kan tilby kurs eller foredrag om produksjon av vin og om vinsmaking, gjerne også om mat- og vinsmakar i kombinasjon.

3.4.6 Informasjonsmateriell

Seljord Vin har informasjon på eigne heimesider på internett, www.seljordvin.no. Etersom produkta inneheld alkohol, er det strenge restriksjonar knytt til informasjons- og reklamemateriell.

3.4.7 Oppsummering

Seljord Vin kan tilby både produkt og opplevingar som er av stor interesse for Rauland Høgfjellshotell. Vin og sider er aktuelt drikkefølge til maten, både ved bufféar og i restauranten. Dei kan tilby foredrag og vinsmaking på hotellet, og dei kan ta i mot grupper til vinsmaking, omvising og mat- og vinopplevingar i eigne lokale i Seljord.

3.5 Nye Telemarkskyri Meieri AS og Telemarksfeet



Illustrasjon: Telemarkskyr på Træe.

Nye Telemarkskyri Meieri AS



Nye Telemarkskyri Meieri vart etablert i mars 2009, og tok over produksjonsloka etter det "gamle" Telemarkskyri Meieri i Fyresdal, som gjekk konkurs i 2008. Dei nye meierieigarane er mellom anna Dag Swanstrøm (tidlegare Synnøve Finden), som og eig og driv Alvim Ferskaredistribusjon. Gjennom dette distribusjonsselskapet vert produkta frå det nye meieriet marknadsført og seld.

Dagleg leiar for meieriet i Fyresdal er Terje Erik Garberg, som er meierist, og med interesse for gamle ferasar, mellom anna Telemarksfeet.

Hovudproduktet i det nye meieriet er "godt smør" og ulike kryddersmørvarianter (fisk, basilikum, kjøt/biff, kvitlauk og paprika).

Neste år er planen å lansere ein ny graut av kjernemjølka og eit nytt osteprodukt, basert på denne mjølka. Nye Telemarkskyri Meieri har og på sikt og planar om å utvikle ein ost, med utgangspunkt i mjølk bare frå Telemarkskua.

Telemarkskua og Gunnar Haugo

I det moderne landbruket som vaks fram frå 60-talet skulle det meste standardiserast, effektiviserast og kvantifiserast. I dette regimet vart Telemarkskua utkonkurrert av den meir effektive Norsk Rødt Fe (NRF), både når det gjaldt mjølke- og kjøtproduksjon. Telemarkskua overlevde likevel på enkelte gardar av konservative, romantiske, nostalgiske eller idealistiske grunnar. Likevel var den for få år sidan i ferd med å bli utrydda som eigen rase, men vart berga i siste liten av eldsjeler. Telemarkskua høyrer til i telemarkslandskapet, og ho fortel historiene om dette landskapet, og det livet som vart og blir levd der.

Ein av dei sentrale eldesjelene bak bevaringa av Telemarkskua er Gunnar Haugo, som eig og driv garden Træe i Vå saman med kona Yvonne Minde. Her har dei 6-7 Telemarkskyr og nokre ungdyr, i tillegg til geit. På Træe driv dei på tradisjonelt vis, med mykje bruk av beite.

Haugo har i tillegg til å drive fram eigne premierte kyr, vore aktiv i Landslaget for Telemarksfe og vore ein av pådrivarane for Sterke-Nils-tunet på Dyrskun, samt for dei årlege utstillingane for Telemarksfe. Gunnar Haugo er ein framifrå historieforteljar, som kjenner Telemarkskua, både historia, dei gode historiene og det daglege livet i landbruket på ein fjellgard.

Yvonne Minde har gjennomført tradisjonsmatstudiet ved Høgskulen i Rauland, og har mykje kunnskap om mat- og mattradisjonar knytt til Telemarkskua.

3.5.1 Råvarer, produkt og foredling

Meieriet i Fyresdal syrnar fløyten til rømme, og smøret blir laga av den syrna rømmen og etter gamal oppskrift frå Telemark. Meieriet kjøper fløyten frå Tine, og råvara er dermed ikkje lenger bare mjølk frå Telemarkskua, slik det var i det ”gamle” meieriet.

Frå den syrna fløyten blir det både smør (40%) og kjernemjøl (60%). I dag vert kjernemjølka levert til deponi, og dette er både ressursløsing og lite miljøvenleg. Kjernemjølka eignar seg godt i nye produkt, og meieriet arbeider no med produktutvikling, og med å få fram ein god ”fløyelsgraut” av kjernemjølka og ein ost av den same råvara. I Telemark er det lange tradisjonar for å bruke kjernemjøl, men per i dag er det ingen andre meieri som lagar produkt av denne råvara. Nye Telemarkskyri vil – om produktutviklinga lukkast – få fram heilt unike produkt, og produkt med lange tradisjonar, og som er magrare enn tradisjonelle grauteprodukt, til dømes ”rømmegraut”.

Smøret vert seld i 2,5 kg ”pølser” til hotell og serveringsstader. Meieriet har planer om å utvikle smørformer, spesielt laga for å settast fram, til dømes på ein buffé. Men dette kjem ikkje no i år.

3.5.2 Distribusjon og leveringsmåte

I tillegg til sal gjennom Alvim, har meieriet i Fyresdal kjøpt inn eigen kjølebil, som dei reiser rundt med i Telemark, også til Rauland. Ifølgje Garberg, kan dei levere ”godt smør”, kryddersmør og etter kvart andre produkt direkte til hotellet i Rauland. I Fyresdal er det nå jamn produksjon av smør gjennom heile året, noko det ikkje var tidlegare, grunna manglande tilgang til nok mjøl frå Telemarkskua.

3.5.3 Korleis passar dette produktet på ein buffé?

Smøret passar godt saman med andre lokale nisjeprodukt frå Telemark, og gjerne ved sida av slike produkt, og ikkje minst saman med flatbrød på ein buffé. Smøret er og godt saman med til dømes spekepølsa frå Vesaas og fisken frå Aketun. Kryddersmøret vil og truleg passe godt til dei andre produkta frå Telemark, men dette må prøvast ut av hotellet.

I tillegg er det sjølvstekt godt å sprøsteike møsvassrøya i godt smør frå Telemarkskyri Meieri.

3.5.4 Opplevingar hjå produsent og kubønder

Nye Telemarkskyri Meieri har eigen butikk ved sida av produksjonslokala i Fyresdal. Her kan ein få smaksprøver og kjøpe produkta. I tillegg er det muleg å få til omvisning i meierilokala og produksjonen. Meieriet tek betalt for slik omvisning.

Yvonne Minde og Gunnar Haugo kan ta i mot grupper på garden, fortelje om livet for og med Telemarkskua, og tilby enkel servering; kaffimat, graut eller spekemat.

For turistar på veg frå hotellet kan det også vera aktuelt å leggje turen innom Nordigard Bjørge i Seljord. Her driv Solrunn og Leiv Bjørge gard med Telemarkskyr, dei produserer is på fløyte frå kua, driv sommarkafé, og har lagt til rette stiar i kulturlandskapet rundt garden. Telemarkis vil vere eit interessant produkt i restauranten på hotellet og til selskapsmenyar.

3.5.5 Opplevingar på hotellet

Dei største opplevingane i tilknytning til smøret er forteljingar om smør som tradisjonsprodukt frå Telemark. Godt smør vart sett på som ei delikatesse, og var vanleg i stort sett all matlaging på bygdene i Telemark før i tida. Godt smør passa lik som saman med det meste av det som vart servert av tradisjonsmat herifrå.

Historiene om Telemarkskua er mange og fengande og passar, saman med historia om kua, landskapet og livet i fjellbygdene, godt som tema for kåseri og forteljar kveldar på hotellet. Gunnar Haugo kan ta på seg slike oppdrag.

3.5.6 Informasjonsmateriell

Nye Telemarkskyri Meieri har heimesider, www.telemarkskyri.no. Sidan det nye meieriet bare har drive i nokre månader, har dei førebels litt lite infomateriell, bare ein "plakat" (sjå vedlegg). Dei har heller ingen bordkort eller liknande.

Dei små smørpakkene (150 gr beger) eignar seg for sal, også til dømes på Rauland Høgfjellshotell. Smøret er kjølevare, 0 - 4 gr C, og kan og frysast. Nye Telemarkskyri Meieri sel smøret billigare til hotell og andre i Vest-Telemark enn det dei gjer til andre utanfor dette området.

Telemarksforsking har laga fem ”rollups” om Telemarkskua. Desse står i dag på Bjørge i Seljord. Filane er tilgjengelege for ny produksjon av ”rollups”, for den som ønsker å drive informasjonsarbeid om kua.

3.5.7 Oppsummering

Nye Telemarkskyri Meieri kan levere smør og kryddersmør til Rauland Høgfjellshotell, og hotellet kan no få jamne leveransar av smør. Seinare kan meieriet truleg og levere graut og ost av kjernemjøl, og nye produkt er planlagt å kome etter kvart. Smøret og kryddersmørvariantane eignar seg godt på buffé, til dømes i dei begera som smøret i dag blir selt i til butikkar.

Gunnar Haugo vil kunne ta i mot grupper på garden og fortelje meir om Telemarkskua, og han kan kome til hotellet for å fortelje.

3.6 Vesaaskurven og garden Vesaas



Ekteparet Eli og Olav Vesaas produserar og sel den etter kvart kjende Vesaaskurven, ei middagspølse av malt, krydra og røykt sauekjøt. I tillegg lagar dei spekepølse av den same kurven. Årleg kurvproduksjon er på om lag 3500 kg.

Vesaas er barndomsheimen til diktaren Tarjei Vesaas (1897-1970). Tarjei var odelsgut på Vesaas, men gav frå seg odelsretten etter at han hadde flytta til garden Midtbø i 1934. Tarjei Vesaas har skriva mange kjende romanar, noveller, skodespel og lyrikk. Dei mest kjende bøkene han skreiv i tida han budde på Vesaas er: ”Dei Svarte Hestane” (1928), ”Menneskebonn” (1923) og ”Sendemann

Huskuld” (1924). I boka ”Det Store Spelet” (1934) har diktaren bruka mykje stoff frå eigen barndom på Vesaas¹.

Garden Vesaas ligg vakkert til, med praktfull utsikt til åsar og fjell. Rundt eit koseleg tun ligg det mange fine gamle hus. Den gamle stova er truleg frå 1600-talet og vesleburet er frå 1735.

På Vesaas er det eit mangesysleri av gamalt handverk, og Olav driv både med sylvarbeid og smiing, og Eli med veving og strikking.

3.6.1 Råvarer, produkt og foredling

Saukurv er eit tradisjonsprodukt frå Vinje og Tokke, og har tradisjonar frå den tida då det var heimeslakting. Den spesielle kurven forsvann då det vart slutt med slakting på gardane, men Olav Vesaas sakna ”den gamle gode smaken”, og for om lag 15 år sidan henta han fram att familieoppskrifta og starta produksjon av Vesaaskurven. Saukurv var tidlegare vanleg som søndagsmiddag på gardane i Vest-Telemark, og vart rekna som ”god mat”.

Anne Sandok-Glærum (mor til Eli Vesaas) skriv i kapittelet ”Mat frå Vinje i Telemark”²:

”Av saubigerne lagas det ein kjøtkurv som er heilt ublanda. Kjøtdeigen saltas og krydras med allehånde, has i tykke tarmer. Desse røykes saman med kjøtet. Denne kjøtkurven skjer ein i skiver og bronar dei i panne. Det smakar godt”,

No vert Vesaaskurven røykt på einerved i eldhuset på Vesaas, og er – på grunn av Eli og Olav Vesaas – igjen blitt eit tradisjonsprodukt frå Vinje. Noreg har strenge krav til matproduksjon. Difor har Vesaas gjort avtale med Gilde, som har fått tradisjonsoppskrifta frå Vesaas og produserer sjølve pølsa. Siste trinn i pølseprosessen gjeng føre seg på Vesaas, der pølsene vert hengt opp under taket i eldhuset til røyking i fem dagar. Ekteparet Vesaas vakuumerer og pakkar sjølv pølsene heime på

¹ Samtale med Olav Vesaas, 30.6.09

² Frå Schönberg Erkens Kokebok

garden, og har investert i kjølerom. I 2008 utvida Vesaas lokalmatproduksjonen med spekepølse. Spekepølsa er av same oppskrift som kurven, og vert speka og tørka i det gamle buret på Vesaas.

3.6.2 Distribusjon og leveringsmåte

Eli og Olav Vesaas har nok kapasitet til å sele meir av Vesaaskurven, og vil gjerne sele tradisjonsprodukta sine til Rauland Høgfjellhotell. På Vesaas er det jamn produksjon over heile året, og det vert produsert 3500 kg kurv årleg, og 400 kg kurv i ”slengen” i dei vekene der er produksjon. Dei kan sende produkta med transportbilen til Leif Torp (sjå under distribusjon for Aketun Fisk), eller kjøre Vesaaskurven til hotellet sjølve. Vesaaskurven blir levert frysen, og den er haldbar i inntil eit år.

3.6.3 Korleis passar dette produktet på ein buffé?

Vesaaskurven eignar seg svært godt som varmrett. Skinnet på kurven må først fjernast, før den skal skjerast opp i fingertjukke skiver og steikast under lokk i panna. (Steiking under lokk gjer at kurven blir saftigare.) Kvit saus (gjerne med muskat i), rotgrønsaker eller rotstappe og kokte poteter, er det tilbehøret som før i tida gjerne vart brukt inntil sauekurven på gardane i Vest-Telemark.

Kurven kan og serverast saman med brød og flatbrød. Litt chèvre (frå Haukeli Ysteri), rømme og lauk er godt til. Kurven eignar seg og i supper som smakstilseting. Den steikte kurven kan og skjerast i fine strimlar og brukast i salat, til dømes på ein buffé.

Den nyutvikla spekepølsa kan nyttast på same måte som annan spekemat, og eignar seg også godt på ein buffé.

3.6.4 Opplevingar hjå produsenten/leverandøren

Eli og Olav Vesaas tek i mot grupper på garden sin. Dei har mykje å fortelje om, både om kurvproduksjonen, diktaren Tarjei Vesaas, om garden Vesaas og dei gamle husa der, og om korleis garden vart driven i tidlegare tider, om levesett og om gamle handverkstradisjonar.

Vesaaskurven er eit tradisjonsprodukt etter gamal oppskrift. Det er såleis eit sær-
preg ved sjølve dette matproduktet. I tillegg er både garden og barndomsheimen til
forfattaren Tarjei Vesaas av interesse for mange. Dei besøkande som kjem til Ve-
saas vil kunne få mange innhaldsrike opplevingar, og dette er truleg den staden der
gjestene vil kunne få mykje opplevingar av kultur og gamle tradisjonar. Både Eli og
Olav Vesaas er ressurspersonar, som har mykje å bidra med i tilknytning til dei mat-
produkta dei produserer og sel.

3.6.5 Opplevingar på hotellet

Smaksopplevingar og sauekurven – som matprodukt med lange tradisjonar frå Vin-
je og Rauland – er viktig som tilleggsverdi og -oppleving. I tillegg til det faktum at
oppskrifta og kurven kjem frå barndomsheimen til den kjende diktaren Tarjei Ve-
saas, som dei fleste – i alle fall nordmenn – har høyrte om.

3.6.6 Informasjonsmateriell

Vesaas har egne ”postkort” med oppskrifter for korleis Vesaaskurven vert servert,
med dømer frå Låvekyrkja i Heddal og på Mjonøy i Vinje. Dei har ikkje små bord-
kort, som hotellet kan bruke på sin buffé.

Vesaas planlegg nå å lage mindre spekepølser av kurven, som kan egne seg i gåve-
pakker eller som sal, til dømes frå hotellet. Mat frå Telemark BA jobbar no og med
ei ny felles brosjyre for medlemmane av dette matnettverket i Telemark.

3.6.7 Oppsummering

Familien Vesaas vil gjerne selje Vesaaskurven til Rauland Høgfjellshotell. Dei kan
bringe produkta sjølve, eller sende dei med Torp Transport.

Dei tek og gjerne imot grupper frå hotellet til omvisningar på garden og forteljingar
om kurvproduksjonen, staden og barndomsheimen til Tarjei Vesaas.

4. Opplevingskonsept og formidling

Eit vellukka matkonsept vil avhenge av ein gjennomført formidlingsstrategi, slik at gjestene verkeleg opplever og skjønner at dei får noko spesielt. Formidlinga bør byggast rundt nokre faste kanalar og punkt på hotellet.



4.1 Konseptet: Produkt, historie, aktivitetar

Matkonseptet bygger på at det skal vere ein sterk og tydeleg samanheng mellom produkt, historiene og aktivitetane (på og utanfor hotellet).

Tabell (neste side). Matkonseptet: Samanheng mellom produkt, historier og aktivitetar.

		Sommarbuffé										
Produkt	Skogsbærvin	Eplevin	Eplesider	Solbærsider	Eplemost flaske	Eplemost kartong	Saukekurv	Fersk sik	Raka sik	Sik, røye og aure; røyka, grava. mm	Smør	Kryddersmør
	Vin og sider frå Seljord				Eplemost frå Sauherad		Kurv frå Vesaas	Fisk frå Hovden	Fisk frå Fyresdal	Meieriprodukt frå Telemarkskyr i		
Historie	Norsk vin	Eple og solbær frå Midr-Telemark			Eplebygda midt i Telemark		Tradisjon med sauekurv	Livet på Møs-strond	Innlands-fisk frå fjord til bord	Telemarkskua, landskap og folkeliv		
	Skogsbær frå midnattsol				Innovasjon basert på tradisjon		Garden der Tarjei Vesaas vaks opp			Vern av utdøande rase		
Hotell-butikk	Eplesider Solbærsider			Eplemost flaske Eplesirup Pæresirup		Spekepølse			Ulike fiskeprodukt	Smør		
		Informasjon på hotellet: Bordskilt, visittkort, produktark, bilete										
Aktiviteter / opplevingar	Vinsmaking		Smaking								Foredrag og historiefortelling v/ Gunnar Haugo	
	Foredrag om Seljord Vin		Foredrag med historiefortelling									
		Opplevingar på hotellet										
Aktiviteter / opplevingar	Opplevingar hjå produsent i Midt- og Vest-Telemark											
	Vinsmaking		Omvising med smaksprøver og historiefortelling		Besøk på Vesaas		Besøk på Hovdøya og Møs-strond		Besøk på Aketun i Fyresdal		Besøk på meieriet	
	Matkurs						(Is)fiske		Gards-butikk		Besøk på Bjørge i Seljord	
Omvising								Sommar-kafe		Besøk på Træ i Vå		

4.2 Formidling på hotellet

Det er avgjerande viktig for matkonseptet at gjestene skjønner kva dei får, og at dei også forbinder gode matopplevingar med Rauland Høgfjellshotell. Hyppige utskiftingar i personell gjer det ekstra viktig å ha ein enkel og fast infrastruktur for presentasjon av produkt, historier og aktivitetar på hotellet. Vi foreslår difor nokre faste informasjonspunkt og tema for denne formidlinga.

Både hotellet sin logo og ”Smak av Telemark” bør vere gjentakande profilelement. Det er utanfor ramma til dette prosjektet å designe eller utvikle ferdig informasjons- og formidlingsmateriell, men vi tillet oss å skissere på eit konseptuelt nivå. Hotellet må sørge for at dette materialet blir ferdigstilt i samråd med designkompetanse.

4.2.1 Skilt på bufféen

Kvart av produkta på bufféen bør merkast med tydelege skilt, med namn på produkt, produsent og gjerne litt om historia.



4.2.2 Visittkort på spiseborda

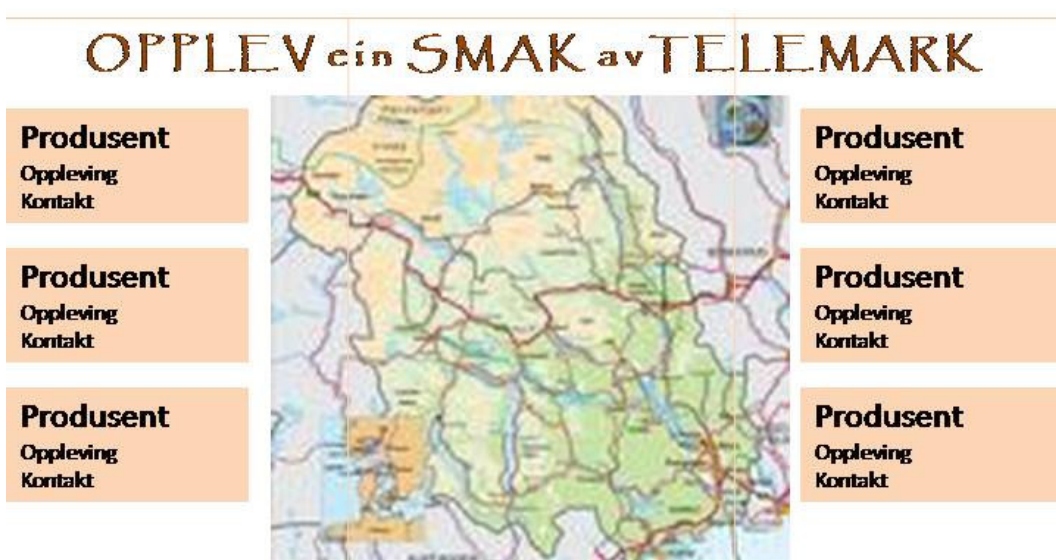
Vi vil foreslå ein enkel haldar med informasjon i visittkortstorleik, der gjestene kan lese litt meir om produkta og opplevingane / aktivitetane knytt til dei. På baksida kan ”standardteksten” vi foreslår i kapittel 4.4 nyttast.



Litt om Epleblomsten og produkta
Muligheiter for besøk
Kontaktinfo

4.2.3 Reiseguide

Ein liten guide med kart over Telemark, der produsentane er merka av, kan gjere reisa vidare frå hotellet meir spennande. Denne kan lagast av 1/3 av eit A4-ark som blir bretta i 3. Innsida kan sjå om lag slik ut:



Eit tilsvarande kart, med vidare reiseforslag, bør lagast i eit større format som oppslag i resepsjonen.

4.2.4 Temaark

Temaark i informasjonsmappene på hotellrommet og i restaurantmenyen vil fungere både som reklame for produkt og opplevingar, og som informasjonskjelde for å vite meir om produkta gjestene allereie har fått.


RAULAND
HØGFJELLSHOTELL

SMÅK av TELEMARK

Vi vil gjerne at gjestene våre skal få oppleve det beste av norsk natur og kultur når dei er her. Maten er ein viktig del av denne historia. Difor samarbeider vi med dei beste om å gi gjestene våre ein smak av Telemark. Vi har fisk frå Fyresdal og Hovden, eplemost frå Sauherad, vin frå Seljord, kurv frå Vesaas og smør og rømme frå Telemarkskyri Meieri på menyen.

Leverandør
Litt om produkt, historie, oppleving

[Five empty brown rectangular boxes for content]

4.2.5 Digital fotoramme



I resepsjonen og i matsalen (der folk ofte står og ventar litt) bør det monterast ei digital fotoramme, som kan spele av ein fast lysbildeframsyning som presenterer produkta, produsentane, historiene og aktivitetane.

4.2.6 Sal av produkt frå resepsjonen eller hotellbutikk

Ein del av produkta eignar seg som gåver eller som niste på turen vidare. Slike produkt bør få plass i ein eigen kjølemonter i resepsjonen eller eventuelt i hotellbutikken.



4.3 Internett og brosjyremateriell

Matkonseptet fortel også noko om Rauland Høgfjellshotell, og bør profilerast på internett, brosjyrer og all ekstern marknadsføring. Eit fast banner som går att bør utviklast. På heimesidene til hotellet bør ein kunne få ytterlegare informasjon ved å klikke på dette banneret.



RAULAND
HØGFJELLSHOTELL

SMÅK av TELEMARK

Vi vil gjerne at gjestene våre skal få oppleve det beste av norsk natur og kultur når dei er her. Maten er ein viktig del av denne historia. Difor samarbeider vi med dei beste om å gi gjestene våre ein smak av Telemark. Vi har fisk frå Fyresdal og Hovden, eplemost frå Sauherad, vin frå Seljord, kurv frå Vesaas og smør og rømme frå Telemarkskyri Meieri på menyen.

4.4 Forteljingar i kortversjon av det enkelte produkt/leverandør

For å lette formidlinga foreslår vi at informasjonen om produkta og leverandørane bygger på nokre faste tekstar som kan gå att på brosjyrer, visittkort, temaark og heimesider.

AKETUN FISK

er ei lita familiebedrift i Fyresdal i Vest-Telemark, som fiskar og foredlar eigen innlandsfisk: sik, aure og røye. Fisken kjem frå Fyresvatn, og fangstmetoden er storruse. Storrusa har garn som leier fisken inn i eit fangstrom. Frå dette romet vert det tatt opp levande fisk fleire gonger i veka. Fangst av levande fisk gjev høgare kvalitet på fiskeprodukta, og er med på å sikre forvaltninga av fisken og fiskeressursane på ein betre måte, til dømes ved at småfisk vert sett ut igjen i vatnet.

Aketun Fisk har mange spanande fiskeprodukt av både sik, aure og røye. Dei har spesialisera seg på sik, og har mange ulike foredla produkt, både frå denne råvara og frå aure. Aketun Fisk er opptekne av at fisken og produkta skal ha høg kvalitet, og vera basert på fornybare naturressursar.

EPLEBLOMSTEN

Kvart fjerde norske eple kjem frå fruktbygda Sauherad midt i Telemark. Her blir førsteklases solmodna eple pressa på saftpressa på garden Sauar. Frisk & Frodig eplemost er eit reint naturprodukt utan tilsetningar av noko slag.

Britt og Sveinung Sauar, som eig og driv Epleblomsten, er ikkje redde for å gå nye vegar, men legg vekt på god forankring i stolte tradisjonar og i eit ærleg landbruk.

MØSVASSRØYE FRÅ HOVDEN PÅ MØSSTROND

Grendesamfunnet Møsstrond er Noregs høgst liggande bygdesamfunn, og ligg rundt det fire mil lange Møsvatn ved foten av Hardangervidda.

Langs Møsvatn bur over hundre fastbuande utan bilveg. Levebrødet er jordbruk, fiske, jakt, handverk, transport og turisme. Einaste transport er båt i sommarhalvåret og scooter om vinteren. Nokre veker - både haust og vår - er mange av dei fastbuande fysisk "isolerte" på gardane sine langs vatnet.

Gamle hustufter og jernvinner viser at det har vore busetnad på Møsstrond svært langt tilbake i tid. Ei bygd som gjennom tidene har ligge så einsamt til, har tatt preg av dette. Eit særmerkt folkeliv har forma dette bygdesamfunnet heilt fram til nåtid. Levesettet har knytt møsstrondingane saman til eit samfunn, som gjev kjensle av eigen identitet.

SELJORD VIN

Norsk vin er ikkje kvardagskost. Men Elisabeth og Tor Rett ville flytte til Seljord og drive med det dei likar aller best - mat og vin.

Eplevinen er produsert på norske eple, og skogsbærvinen på blåbær og solbær med smak av midnattsol. Både solbær- og eplesideren er produsert på norske råvarer, hovudsakleg frå Telemark.

SMØR FRÅ NYE TELEMARSKYRI MEIERI

Smøret er gult, syrleg og velsmakande, og kjem frå eige meieri, Nye Telemarskyri Meieri i Fyresdal. Meieriet tilbyr særprega og handlaga produkt henta frå lokal tradisjonsrikdom. Smøret er laga etter gamal oppskrift, og har ein heilt eineståande smak. Dette smøret forbind ein med setersmør og fjellsmør.

TELEMARSKUA

er Noregs eldste ferase. Telemarskua er vakker å sjå på, og vert av mange kalla ”fjellets dronning”. For få år sidan var Telemarskua i ferd med å bli utrydda som eigen rase, men vart berga i siste liten av eldskjeler som Gunnar Haugo frå Vå i Rauland og Leiv Bjørge frå Seljord. Telemarskua er eit symbol for Telemark. Ho høyrer til i landskapet, og fortel historiene om det vakre landskapet her.

VESAASKURVEN OG VESAAS

Vesaaskurven kjem frå barndomsheimen til den kjende diktaren Tarjei Vesaas. Fram til det blei ulovleg å slakte på gardane og dyra måtte sendast til slakteriet, var sauekurv eit tradisjonsprodukt rundt omkring på gardane i Vinje og Rauland. Denne tradisjonen ønskte Olav og Eli Vesaas å ta opp att, og Olav henta fram den gamle tradisjonsoppskrifta frå heimen sin på Vesaas. Produksjonen av Vesaaskurven etter ”god gamal oppskrift” starta på Vesaas i 1992, og sidan har mange ”gagner” blitt nærmare kjende med den gode kurven frå Vesaas.

Referansar og kjelder

Heimesider

www.aketunfisk.no

www.epleblomsten.no

www.isfiske.no

www.nord-bjoerge.no

www.rauland.no

www.seljordvin.no

www.telemarkfe.no

www.telemarskyri.no

www.visitrauland.no

Bøker og rapportar

Andersen, Bo Lilledal, 2006. "Telemarksmat", Det Norske Samlaget.

Egner, Torbjørn, 1945. "Gamle hus i Rauland", Halvorsens Bokhandel.

Erken, Henriette Schönberg, 1937. Kjøkkenalmanakk 1938. Aschehoug.

Kostveit, Øystein, 1999. "Kulturhistorisk vegbok for Vinje, Rauland og Haukeli", Det Norske Samlaget.

Kostveit, Øystein, 2000. "Fjellbygdi ved Møsstrand", Tun Forlag.

Kåsene, Anne-Guri, 2005. "Telemarkskyri Meieri AS – Forretningsplan", Rapport 223, Telemarksforsking-Bø.

Lønning og Svardal, 2005. "Sykkelturisme i eit kulturøkonomisk perspektiv", Arbeidsrapport nr 23, Telemarksforskning-Bø

Martens, Iselin, 1972. "Møsstrand i Telemark – en jernproduserende fjellbygd før svartedauen". Frå tidsskriftet Viking.

Nordjore, Bodil, 2005. "Bodils Fjellmat", N.W.Damm&Søn.

Nordjore, Bodil, 2007. "Bodils Heimelaga", N.W.Damm&Søn.

Sanden, Gunnar, 2004. "Vest-Telemark Boki", NNO Forlag.

Svardal, S. (red.). Telemarkskua og den gode forteljinga. Om myter, soger og verdiskaping. TF-notat under ferdigstilling.

Foto og bilete

Foto og andre bilete i denne rapport er tatt av forfattarane eller hente frå heimesidene til produsentane.

Vedlegg

Kopi av brosjyrer og liknande:

- Aketun Fisk
- Epleblomsten
- Vesaaskurven
- ”Plakat” frå Nye Telemarkskyri Meieri

Anna:

- Harald Hovden og Hilde Hansen. Godkjenningbrev frå Næringsmiddeltilsynet for småskala produksjon av fisk.

(Vedlegga er bare distribuert til oppdragsgjevar.)