

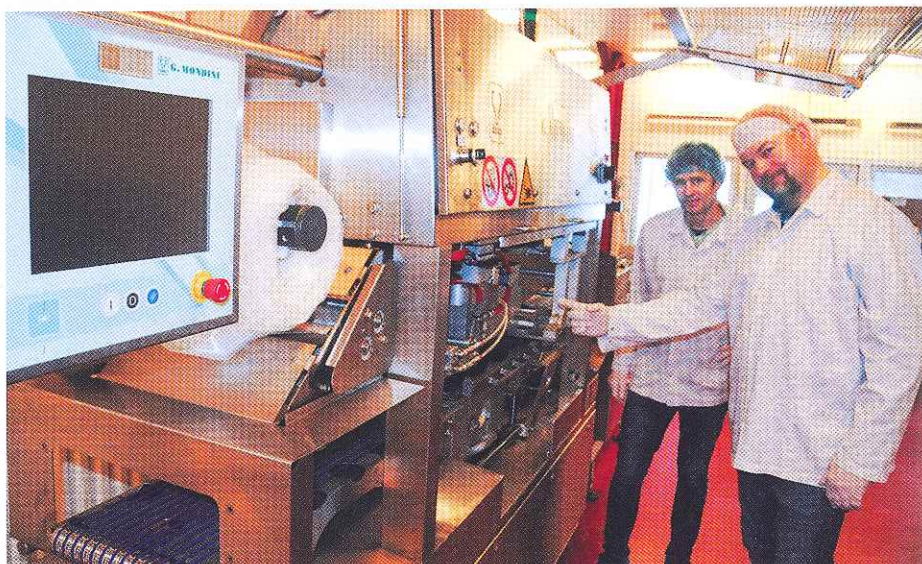
Røroskjøtt vil vokse med smaker fra Røros-traktene

RØROS – Vi brenner veldig for å skape verdier av de ressursene som Røros-området har, og skal jobbe hardt med produktutvikling for å komme med enda flere produkter og øke omsetningen betydelig de neste årene.

Det sier daglig leder Kjell Ove Oftedal og produksjonsleder Sten Thure Solli i Røroskjøtt.

MEDEIER I RØROSMAT

Kjøttbedriften er andelseier i Rørosmat med til sammen 35 lokalmat-produsenter, og får alt slaktet sitt av Røros slakteri. Basert på lokale oppskrifter og råvarer av kalv, lam og



Med en ny pakkemaskin til to millioner kroner har daglig leder Kjell Ove Oftedal og produksjonsleder Sten Thure Solli stor tro på satsingen til Røroskjøtt.



Til venstre daglig leder Kjell Ove Oftedal i Røroskjøtt og produksjonsleder Sten Thure Solli og bakerst produksjonsmedarbeideren Andreas Wöbse ivaretar stolte mattradisjoner fra Røros-traktene.



Røroskjøtt, ved daglig leder Kjell Ove Oftedal (til venstre) og produksjonsleder Sten Thure Solli har et mål om voksne videre med produkter som har en smak fra Rørostraktene.

økologisk storfe ivaretar de stolte mattradisjoner fra Rørostraktene, der produkter som lammepølse med pinnekjøtt, kalvepølse og håndsydd lammerull har fått kvalitetsmerket Spesialitet for unik smak.

– Vi bor i et område med veldig flinke bønder og som har mye ren natur og fantastiske beiteområder. Det er små forhold så vi kjenner bøndene og vet hvor kua og lammet har beitet. I tillegg er vi opptatt av at dyrevelferd og at dyrene skal ha kort inntransport til slakteriet, sier Oftedal.

Han synes det er veldig artig å spille på lag med mange flinke gårdbrukere i Rørosregionen.

– Det gjenspeiler seg i kvaliteten på dyrene og kjøttet. Vi kunne ha kjøpt råvarer i butikk og laget pinnekjøtt av det, men gjør det bevisst ikke. Vi handler lokalt og ønsker å bevare og være en del av den samfunnsstrukturen som er, understreker Oftedal.

SJU FAST ANSATTE

Røroskjøtt samarbeidet tett med Stensaas Reinsdyrslakteri og utføre leie-arbeid for flere andre lokalmatprodusenter under Rørosmatparaplyen. Produksjonen med sju fast ansatte går jevnt hele året. Men fra lammeslakt sesongen starter i september, til juleproduktene er sendt ut på markedet i begynnelsen av desember økes staben til 12 ansatte.

– I fjor høst bearbeidet vi og pakket ned 5500 lam. Det er cirka halvparten av alle lam som blir slaktet på Røros slakteri. Fra en omsetning på 1,7 millioner kroner da bedriften ble etablert i 2003 omsatte vi for 36 millioner kroner i 2015, sier Solli.

Han legger til at veksten for alvor tok fart da de investerte i en pakkemaskin i 2014 og inngikk avtale med Rema.

– Nå har vi nettopp investert i en større pakkemaskin til to millioner kroner. Foruten til Rema og Coop i Trøndelag og på det indre Østlandet, leverer vi produkter til hoteller, restauranter og storhusholdninger over hele landet, fortsetter Solli.

FLERE VIL HA ØKOLOGISK

Økologiske produkter utgjør 20 prosent av den totale produksjonen. Røroskjøtt ønsker å henge med økologisk, fordi trenden er at det vil stadig flere ha.

– 20 prosent økologisk er kanskje ikke så mye, men det er likevel en forholdsvis stor andel av den totale mengden som vi produserer. Men det dominerende kommer fortsatt til å være konvensjonell produksjon, sier Solli.

– Hva er fordelene med å være i Rørosmat-systemet?

– Alle medlemmene har et salgs- og distribusjonsapparat som kjenner produktene, og

kan gjøre leie-arbeid for hverandre slik at verdiskapningen blir her i stedet for at å forsvinne ut av distriktet. To utegående selgere som er stasjonert i Trondheimsområdet ringer hver uke opp til faste kunder som er innrullert i EDB-systemet for å samle opp ordrer. På den måten får en ned fraktkostnadene ved at vi for eksempel er seks produsenter på den samme kunden. Dermed er det meningen at kunden skal oppleve det som bedre med bare én faktura fra alle sammen. Det er også mange som kjenner til den synlige svarte firkanten med mat fra Rørostraktene, noe som gjør det lettere å få tilgang til nye kunder.

– Hvilke ulemper er det i så fall med et så stort produsentlag?

– Det kan selvsagt være ulemper. Fra at enkelte av våre produsenter leverer noen lam i sesongen omsetter Rørosmeieriet for 100 millioner kroner i året. Det er en vanskelig øvelse å tilfredsstille så forskjellige kundegrupper, men jeg synes Rørosmat klarer veldig bra å serve både den minste og største kunden.

NYE PRODUKTER MED GOD RESPONS

Som et ledd i produktutviklingen har Røroskjøtt fått «låne» gamle matoppskrifter av Coop Røros som samvirketlaget har benyttet gjennom flere år i sitt eget pølsemakeri. Det



Daglig leder Kjell Ove Oftedal (til venstre) og produksjonsleder Sten Thure Solli i Røroskjøtt lukter på Os-pølse, som er et av de mange produktene basert på lokale oppskrifter og råvarer.

har resultert i fire nye varelinjer som alle inneholder lokale råvarer og er kjøttfulle og smaksrike. Røroshakk, røroskarbonade med og uten ost og en grovpølse ble lansert i samtlige av Coops butikker i Røros kommune i begynnelsen av februar, og responsen er meget bra, ifølge Solli.

– Det har virkelig blitt godt mottatt og nå er vi i gang med å produsere mer. Hvor stort det kommer til å bli vet vi ikke, men vi må ta sjansen og prøve, smiler han.

I begynnelsen av februar ansatte bedriften også en egen selger som kun skal ha fokus på de cirka 240 produktene til Røroskjøtt og

ikke alle de 900 produktene i hele Rørosmat-systemet. Samtidig utredes det om bedriften skal flytte ut av dagens produksjonslokaler for å samlokalisere seg med Røros slakteri.

TRENGER STØRRE PRODUKSJONSLOKALER

– Dette blir forhåpentligvis behandlet av generalforsamlingen i mai. Samlokalisering vil gjøre at vi får enda mer profesjonell nærhet til der dyrene slaktes. Dessuten må vi inn i større lokaler hvis vi skal vokse så mye som vi ønsker, sier daglig leder Kjell Ove Oftedal.

For å vise fram hele verdikjeden og styrke

merkevaren Rørosmat bedre kommer Røroskjøtt også til å starte sitt eget grillhus i Kjerkgata på Røros i løpet av våren.

– Der skal vi kun bruke lokale råvarer så langt som mulig. Grillhuset skal være vårt «showroom» med 14–15 sitteplasser og ha åpent noen kvelder i uka. Her kan folk flest smake produkter som er bearbeidet på beste vis, samtidig med at vi kan ta med våre kunder og demonstrere produkter. For å få fram den beste smaken skal kjøttet grilles på en ekte kullgrill. Vi går i det hele tatt spennende tider i møte og vil komme med enda flere nyheter framover, lover Oftedal. ■■■

Kjøttbutikken.no

Kundene dine vil fremover forvente å kunne kjøpe varene dine på nett, hele døgnet, hele året, på en rask og trygg måte. KLF har nå gjort det enkelt og rimelig å åpne nettbutikk for medlemmene.

- Din egen nettbutikk på ditt nettsted, kutt mellomledene!
- Spekemat, ferskt kjøtt, kjøttpakker, catering og tilbehør
- Felles bransjeportal, markedsføring og kompetansebygging
- Hent i butikk, filial, hjemlevering eller send i posten

