

# – Høsten er vår glanstid

Askim Frukt- og Bærpresseri har vært gjennom en stor snuoperasjon de siste årene. Men ennå sitter årstidene i ryggmargen til de som arbeider her.

TEKST OG FOTO: SYNNØVE PRYTZ BERSET

**KJØR UT AV OSLO.** Forbi Tusenfryd, Ås, gjennom det åpne jordbrukslandskapet. Så tar du av mot Askim og finner veien til Askim Frukt- og Bærpresseri i Østfold. Gå inn i den nyoppussede butikken og opplev et historisk sus fra gamle flasker og utstyr fra 80 år tilbake, da presseriet startet opp.

I taket henger moderne glassinstallasjoner, på bordene ligger delikate gavepakninger spekket med smaksopplevelser, og i et hjørne finner du en rustikk kafé som tilbyr mat og drikke fra lokale produsenter i området.

– Grunntanken vi hadde da vi skulle pusse opp butikken var å skape en opplevelse, sier daglig leder Astrid Lier Rømuld i Askim Frukt- og Bærpresseri. Hun påpeker at Askim Frukt- og Bærpresseri nå har blitt en destinasjon turister og folk i nærområdet drar til for å oppleve noe særegent for denne regionen.

– Det er mye stolthet knyttet til lokale matbedrifter og lokalt håndverk, sier hun.

## Rød tråd

Siden Rømuld tok over som daglig leder for nesten ti år siden har hun lagt vekt på å skape en rød tråd gjennom hele bedriftens markedsføring; fra flasker til nettside, butikkbesøk, annonser og produktkatalog. Alt skal ha en gjenkjennelseeffekt.

Askim Frukt- og Bærpresseri ble etablert i 1936 av lokale eiere som ønsket å etablere et presseri for leiepressing av frukt og bær for hageeiere.

– Den første bestyreren var en kvinne. Grunnen til dette var at man mente kvaliteten måtte være like bra som kvinner ville ha det når de syltet og saftet selv, forteller Rømuld.

Det hele startet med en liten presse og tradisjonelt håndverk. Folk hadde med seg bær og glassflasker av forskjellig slag.

– Helt frem til 60-tallet, da fikk vi vår egen flaske, designet av Moss Glassverk. Et klassisk design som er godt kjent.

## Omfattende omstrukturering

Bedriften har gått gjennom en omfattende omstrukturering siden Rømuld startet her. Med bakgrunn innenfor ressursøkonomi fra landbrukshøgskolen på Ås og ti år i Orkla så hun et potensial i forhold til markedsføring og merkevarebygging.

– Så vi begynte å jobbe med merkevaren vår. I 2011 pusset vi opp butikken, i 2013 ansatte vi salgssjef og kom i dialog med IKEA, og samme år fikk vi inn Lars Erik Pettersen som hadde kompetanse på kvalitet og utvikling, forteller hun.

I løpet av ti år har bedriften gått fra omkring 13–14 millioner til 53 millioner kroner som var fjorårets omsetning.

– I perioden har vi gjort betydelige investeringer og oppgraderinger, sier Rømuld.

## Rekreasjon

Oppskriften har vært å tenke nytt og samtidig være tro mot grunnideen og »

## FAKTA

### Askim Frukt- og Bærpresseri

- Etablert i 1936
- Produserer over 3000 tonn raps, epler og bær hvert år
- 22 årsverk
- Omsetning i 2016: 53 millioner kroner

**SNUOPERASJON:** Oppussingen av butikken har vært en sentral del av den vellykkede snuoperasjonen Askim Frukt- og Bærpresseri har gått igjennom de siste ti årene, forteller bedriftens kvalitet- og utviklingssjef, Lars Erik Pettersen, og daglig leder Astrid Lier Rømuld.





**Rabarbra:** I juni kommer kasser på kasser av årets rabarbra til Askim Frukt- og bærpresseri.

de klassiske produktene.

– Vi skal ivareta unikheten vår, men med min erfaring fra Orkla så jeg at det også var nødvendig med produktutvikling, både i forhold til nye varianter og emballasje, understreker Rømuld.

Indre Østfold har en sterk lokal tradisjon for plukking av frukt og bær som bedriften har ivaretatt. De tar inn rabarbra, solbær, rips, bringebær og epler fra hageeiere i området, som får hente ut resultatet i bedriftens karakteristiske glassflasker.

– Det er mye rekreasjon i det å plukke frukt og bær. Og folk har blitt mye mer bevisste i forhold til det å ivareta disse fantastiske ressursene i sesongen, sier Rømuld og legger til at i fjor var over 60 prosent av eplene de presset fra hager.

– Det er ingen andre her til lands som

gjør dette, i hvert fall ikke i det omfanget, supplerer kvalitet- og utviklingssjef Lars Erik Pettersen.

#### Nye satsingsområder

Samfunnet har gjennomgått store endringer siden oppstarten i -36. Da var det ingen import av frukt og bær, og det var helt essensielt å få konservert frukt og bær i sesong og lagre det til vinteren.

– De lange køene

med folk som skulle levere frukt og bær, fra den tiden, er historie. Men det er viktig at vi snakker om de som fortsatt plukker, understreker Rømuld.

– Litt av utfordringen da jeg begynte her i 2007 var at vi kun forholdt oss til hageeiere, og årene varierte veldig i forhold til råvaretilgangen det aktuelle året, forklarer Rømuld.

Målet ble derfor å jevne ut råstofftilgangen.

– Derfor ble kontakten med dyrkerne viktig for oss. Det gir oss en jevnere råstofftilgang, sier Rømuld.

I 1997 lanserte bedriften også sin første kaldpressede rapsolje, og fra 2005 har de tappet rapsoljen Odelia, som eies av Norsk Matraps. De utfører også leieproduksjon for aktører i bransjen.

I 2016 ble bedriften FSSC-22 000 sertifisert, noe som er viktig for å kunne møte kunders krav i framtiden.

#### Timing

Det lokale salget er viktig for Askim Frukt- og Bærpresseri. I tillegg har de kommet inn på det regionale dagligvaremarkedet og er i cirka 200 dagligvarebutikker rundt Oslofjorden.

– Og så syntes vi det er veldig stas å ha kommet inn i IKEAs sju varehus her i Norge. De stiller strenge krav, noe som er bra, det er med på å skjerpe oss, sier Rømuld.

**Det er mye rekreasjon i det å plukke frukt og bær.**

## Vi presser ut råsaften. Ingen ting fjernes, bortsett fra skall og skinn.

De eksporterer også Ritni, presset råsaft av blåbær, til Kina, Japan og Tyskland.

– Norge og Norden klinger godt i disse landene, sier hun.

Både Rømuld og Pettersen understreker at satsingen trolig ikke hadde blitt en suksess om ikke timingen hadde vært så bra. Det har de siste årene vært en økt bevissthet rundt de lokale mathistoriene.

– Denne trenden i tiden har vært viktig for oss i den utviklingen vi har vært gjennom. Siden vi har holdt på siden 30-tallet opplever vi at vi har ekstra god troverdighet i dette markedet, påpeker Rømuld.

### Produksjonen

Produksjonsprosessen foregår på >>

## En rabarbra- renessanse

Ifølge daglig leder i Askim Frukt- og Bærpresseri, Astrid Lier Rømuld, har rabarbraen vært en litt glemte grønnsak.

– Rabarbraen er en fantastisk grønnsak som ikke krever noe stell. Jeg mener vi har fått en ny renessanse for rabarbraen, sier Rømuld, som tror årets rabarbrasong blir bra.

Blant kundene sine har bedriften noen fans som er ekstraordinært glade i rabarbrasaft.

– Det er skikkelig vårslepp når årets rabarbra kommer.



## Matemballasje – skreddersøm i praksis

Emballasje handler om mer enn bare innpakning. Kvalitet, fagkunnskap, form og farge er avgjørende for et salgbart produkt.

Vår samarbeidspartner, Flexopack SA, er en stor europeisk produsent av emballasje til næringsmiddelindustrien. Flexopack er spesialister på trykte og utrykte filmer med og uten barriere, skinfilmer samt poseproduksjon. Alle filmene tilfredsstiller kravene til de mest krevende emballaseløsninger.

Våre emballasjespesialister har et tett og godt samarbeid med fabrikkene og hjelper deg gjerne å skreddersømme emballasje for ditt produkt.

Vår kvalitetsleverandør:

**FLEXOPACK**



Arne B. Corneliusen AS

Tlf: +47 22 88 46 00  
www.abccorneliusen.no



**Smakshjørne:** I butikken kan man smake på ulike produkter og velge hvilken smak man liker best.



**Pressrest:** Bedriften vurderer hva som kan gjøres med den næringsrike pressresten.

følgende måte: Hel frukt av solbær, rips, bringebær, epler og rabarbra kommer til Askim Frukt- og Bærpresseri fra hageeier eller dyrker. Bærene og frukten går så gjennom hele systemet og etter noen få timer er saften tappet på glassflasker og ferdig til salg eller distribusjon.

– Vi presser ut råsaften. Ingen ting fjernes, bortsett fra skall og skinn, forklarer Pettersen.

Dette innebærer at aroma, smak og næringsstoffer bevares.

– I tillegg tapper vi på glassflasker, noe vi mener bidrar til at man bevarer aroma og

smak på best mulig måte, sier han.

Den største utfordringen for Askim Frukt- og Bærpresseri er knyttet til distribusjon.

– Som liten aktør har vi mindre ressurser og siden vi ikke er knyttet opp mot en større aktør kan det være en utfordring å komme i kontakt med nye kunder, sier Rømuld, og legger til at de kunne ha produsert mer om de kom i kontakt med flere.

Men nettopp det at de er små er det som gjør det spennende å jobbe her, poengterer hun. Hver dag er de innom en rekke forskjellige fagområder; fra produksjon til butikk salg lokalt og ytre salg mot dagligvare, til lagerhold og gaveproduksjon.

#### De fire sesongene

Hos Askim Frukt- og Bærpresseri er det snakk om fire sesonger som sitter i ryggmargen til de som jobber her. Det starter med rabarbra i juni, så kommer bærseongen etter sommeren, så eplene og julesalget til slutt.

– Det er like spennende hvert år hvor mye som kommer inn, påpeker Rømuld, og legger til at de som jobber her er spesielt glad i høsten.

– Høsten er vår glanstid.

Den fjerde sesongen, julen, har vært en suksess som har kommet i kjølvannet av butikk salgsingen. I fjor pakket de nesten 37 000 gaver.

– Vi er blitt en stor julegavebutikk. Det handler om at folk har mye, men ønsker noe som kan spises eller drikkes. Det har blitt en veldig viktig virksomhet for oss.

De senere år har de også lagt vekt på å tilpasse produktutvalget mer til forbrukermarkedet; fra småflasker til på-farten segmentet til Årgangsproduktene rettet mot restauranter og finere anledninger.

#### Bioøkonomi

Per i dag går mesteparten av pressavfallet til dyrefôr.

– Vi har sett på pressresten over flere år og vet at det er mye næringsstoffer i den. Men vi erkjenner også at det er en tung vei å gå med såpass mye grunnforskning som må til for å lage et produkt ut av det, sier Rømuld.

– Vi har egentlig drevet med bioøkonomi i 80 år. Det å ta vare på ressurser ligger i kjernen av alt vi driver med, avslutter Rømuld. ■