

Plantegødet økologi udløser næppe merpris til landmanden

Forbrugere køber økologi for at undgå pesticider og tage hensyn til miljøet. Om fødevarerne er dyrket med husdyr- eller plantebaseret gødning, har meget lille betydning, viser ny undersøgelse.

Af Karen Munk Nielsen

Den grønne omstilling er i gang. Sundhedsstyrelsen anbefaler en mere planterig kost, og flere bliver vegetarer eller 'fleksitarer', der bevidst fravælger kød flere gange om ugen. Økologiske forbrugere er typisk orienteret mod en planterig kost, og dagsordenen er derfor særdeles relevant for økologiske landmænd.

Det er baggrunden for, at Innovationscenter for Økologisk Landbrug i år gennemfører et projekt om plantebaseret gødning til plantebaserede fødevarer.

- Hvis økologien vil være med på den plantebaserede dagsorden, er vi nødt til at inddrage grøngødning. Recirkulerede restprodukter alene kan ikke løse udfordringen med næringsstoffer til planteproduktionen, siger projektleder Morten Winther Vestenaa.

Et af de spørgsmål, projektet skal besvare, er, om det har værdi for forbrugere, at økologisk frugt, grønt og komprodukter produceres helt uafhængigt af animalsk produktion, dvs. uden husdyrgødning - og om landmanden i givet fald kan få en merpris for denne værdi.

Gødning tæller ikke i købsituationen

Rybner Analyse har gennemført en undersøgelse blandt forbrugere, der som minimum køber økologi af og til, for at afdække viden om og holdninger til husdyrgødning contra plantebaseret gødning i økologisk fødevarerproduktion.

Resultatet er ret klart. Forbrugere har et tydeligt billede af, hvordan afgrøderne gødes, og spørgsmålet spiller derfor heller ikke nogen rolle for dem. 69 pct. af de adspurgte tænker ikke over det, når de køber økologisk. Flest angiver, at de vælger økologiske varianter af planteprodukter for at undgå sprøjtemidler. Herefter følger hensynet til miljøet og på tredjepladsen en lav prisforskel til konventionelle varer.

- Særligt forbrugere, der kun køber økologi af og til, er følsomme over for pris og køber mest de økologiske varianter, hvor prisforskellen til de konventionelle er lav. Pris betyder derimod mindre for forbrugere, der altid køber økologi, forklarer Dorte Rübner fra Rybner Analyse.

Korte og klare budskaber

Dorte Rübner hæfter sig ved, at forbrugernes viden om produktionsforhold generelt er meget begrænset. I denne undersøgelse har de adspurgte løbende fået relevante informationer i forbindelse med spørgsmålene. Forsynet med disse oplysninger ser forbrugere positivt på plantegødning.

- Problemet er, at der ikke er tid og plads til lange forklaringer i supermarkederne. Her skal budskaberne være korte og klare, og forhold omkring brug af gødning er for kompliceret i købsituationen, fastslår Dorte Rübner.

Husdyrgødning er ikke et problem

Generelt er det ikke et problem for forbrugere, at økologiske planteprodukter er gødet med husdyrgødning. Mange forventer det. Der er dog en lille andel, 12 procent, som finder det problematisk. Som begrundelse angiver de, at det svækker garantien for økologi, at det forurener, og at de pågældende forbrugere er vegetarer, veganere eller på anden måde undgår animalske produkter. 38 pct. af vegetarerne/veganerne finder det problematisk, men de udgør en meget lille gruppe af forbrugere.

Begrænset betalingsvillighed

Økologisk planteproduktion uden husdyrgødning forventes at have omkostninger for landmanden. Hvor store, omkostningerne reelt vil være, undersøges i øjeblikket af Innovationscenter for Økologisk Landbrug. Forbrugernes betalingsvillighed er undersøgt, og kun 1 pct. af de adspurgte er villige til at betale op til 50 pct. mere for plantegødede planteprodukter. 5 pct. vil acceptere en merpris på 15-40 procent, og 35 pct. angiver at ville betale op til 15 procent mere for plantegødet økologi. Selv om plantebaseret gødning ikke er så vigtig for forbrugere, at de er villige til at betale mere for det, så er visse grupper lidt mere interesserede. Særligt vegetarer/veganere, kvinder, unge under 40 år og ældre over 60 år samt personer i Hovedstaden er i lidt højere grad villige til at til at acceptere en mindre merpris. Det samme gør sig gældende for storforbrugere af økologi.



En niche i markedet

- Plantegødning kan godt være et relevant element i en bæredygtig dagsorden - hvis plantegødning vel at mærke er mere bæredygtig end husdyrgødning - men tager jeg de kommercielle briller på, er markedet og den betalingsvillige målgruppe meget lille, fastslår Dorte Rübner, som dog anerkender en sprække.

- Jo mere økologi, man køber, jo mere tænker man over, hvordan varerne er produceret. Hvis de, der køber økologi af og til, kan motiveres til at øge forbruget, vil der måske være et kommercielt potentiale på længere sigt, hvis prisforskellen ikke bliver alt for stor, konkluderer Dorte Rübner.

Projektleder Morten Winther Vestenaa tager konklusionen til efterretning.

- Her og nu er der ikke en stor ekstra betalingsvillighed, men vores modelberegninger viser, at der kan være en fornuftig økonomi i et planteavsskifte med kløvergræs som grøngødning, hvis man kan acceptere og udnytte fordelene ved en mindre intensiv produktion. Nogle landmænd gør det allerede og vil måske kunne lave plantegødede fødevarer til det lille segment af særligt interesserede forbrugere, siger han.

Om undersøgelsen

Rybner Analyse har for Innovationscenter for Økologisk Landbrug gennemført en repræsentativ undersøgelse blandt 1.074 personer, der som minimum køber økologi af og til. Undersøgelsen er et led i projektet Plantebaseret gødning til plantebaserede fødevarer.

- 4 pct. betegner sig selv som vegetar, veganer eller lign.
- 17 pct. betegner sig selv som fleksitar.
- Jo større økologisk forbrug, jo mere forholder forbrugerne sig til produktionsforholdene
- Halvdelen af de adspurgte ser positivt på ideen om plantebaseret gødning.
- 21 pct. synes, plantebaseret gødning mest naturligt hører hjemme i økologisk landbrug.
- Plantebaseret gødning er ikke så vigtig for forbrugerne, at de er villige til at betale meget mere for det.

Fonden for **økologisk landbrug**

For mere information



Morten Winther Vestenaa

Specialkonsulent

Næringsstoffer, planteproduktion

+45 23 47 33 92

moww@icoel.dk