



Mere økologisk frugt og grønt: Indsigter fra kvalitative interviews med producenter og aftagere af økologiske frilandsgrøntsager

Oktober 2023



Innovationscenter
for Økologisk Landbrug



Fonden for økologisk landbrug

Oktober 2023

Mere økologisk frugt og grønt: Indsigter fra kvalitative interviews med producenter og aftagere af økologiske frilandsgrøntsager

Med støtte fra Fonden for Økologisk Landbrug, har Landbrug & Fødevarer interviewet producenter af økologisk frilandsgrønt samt grossister med økologisk frilandsgrønt på hylderne. I interviewene udforskes udfordringer og potentialer for øget afsætning af økologisk frilandsgrønt. De vigtigste indsigter er:

- På trods af et hårdt år for økologien generelt, har efterspørgslen på økologiske grøntsager ifølge både producenter og grossister ikke været nær så markant påvirket, som man har set med andre kategorier. Økologiske grøntsager har ifølge både producenter og grossister en stærk profil blandt forbrugerne i dag, hvor der er en forholdsvis konstant efterspørgsel blandt forbrugere. De giver derfor udtryk for forsigtig optimisme omkring fremtidig afsætning.
- Der opleves generelt en interesse i grøntsager produceret lokalt både blandt restauranter og forbrugere. Men set fra grossistens stol, er der omvendt den ulempe ved at bruge lokale, mindre leverandører, at de typisk ikke har produktionsmæssig og logistisk kapacitet til at kunne levere den mængde økologisk frilandsgrønt, der efterspørges, på det tidspunkt, det efterspørges. De har typisk en forholdsvis lille palette af råvarer "på hylden", hvilket betyder, at aftagerne skal bruge adskillige leverandører for at få dækket deres behov.
- Skal arealet anvendt til frilandsgrønt øges i fremtiden, afhænger det af, at efterspørgslen blandt forbrugerne er øget. Derudover spiller faktorer som adgang til vand, jordforhold og lokale regler ind, hvor nogle områder ikke egner sig så godt til dyrkning af frilandsgrøntsager. Det giver ikke mening for den enkelte producent logistiskmæssigt at sprede sig for meget ud over for store områder. En vej frem kan være i form af fødevarefællesskaber, hvor forskellige producenter går sammen og samarbejder omkring leveringen af grøntsager på tværs af geografi og jordforhold. Dermed kan de være leveringsdygtige på flere forskellige råvarekategorier og tidspunkter af året.
- Flere interviewede har oplevelsen af et ulige magtforhold mellem producenter og detailhandel. Producenterne oplever at være underlagt systemkrav, som kan være svære at leve op til, fx ang. grøntsagers udseende og størrelse, manglende fleksibilitet ift. leveringstidspunkter og sågar bøder, hvis man kommer til at begå menneskelige fejl. Som følge af deres oplevelser, har nogle producenter opgivet at afsætte til detailhandlen og fundet andre aftagere. Producenterne efterspørger en større forståelse for, at økologiske råvarer kan variere i størrelse og udseende, samt at høstudbyttet er afhængigt af vind og vejr. Dette gælder også en større forståelse blandt forbrugerne, der opleves som typisk at afvise de grøntsager, der ser 'anderledes ud'.
- Der er samtidig en frustration over et oplevet ulige konkurrenceforhold mellem dansk og udenlandsk økologi. Producenter og grossister oplever et stort pres fra udenlandsk økologi, der kan påsættes det røde ø-mærke. Prismæssigt er disse grøntsager ofte en smule billigere end de danske økologiske, men de bliver i forbrugernes øjne set på lige fod med de danske økologiske, når de bærer det røde ø-mærke. Det udfordrer afsætningen af danskproduceret økologi og kan være en hæmsko for ambitionen om at udvide arealet til økologisk frilandsgrønt i Danmark.

Baggrund og formål

Innovationscenter for Økologisk Landbrug (herefter ICOEL) har en ambition om at bidrage til en transformation af den danske fødevarerproduktion. I dag anvendes under 1 pct. af det samlede dyrkede landbrugsareal til produktion af grøntsager, og ICOEL ønsker med dette projekt at bidrage til at udvikle den danske, økologiske planteproduktion og øge produktionen af højværdiafgrøder til planterige måltider.

En øget produktion af økologisk frilandsgrønt i Danmark afhænger blandt andet af, at produktionen af frilandsgrønt opleves som værende attraktiv, samt at der er muligheder for at få grøntsagerne afsat på markedet. I denne analyse har Landbrug & Fødevarer derfor interviewet danske producenter af økologisk frilandsgrønt om deres oplevelser med produktion og afsætning af økologisk frilandsgrønt. Undersøgelsen inkluderer samtidig interviews med tre vigtige grossister, der alle har dansk produceret, økologisk frilandsgrønt i deres sortiment.

Den kvalitative undersøgelse blandt producenter og aftagere af økologisk frilandsgrønt er en del af første arbejdsopgave i projektet "Mere Økologisk Frugt og Grønt: En robust produktion af fødevarer", i regi af ICOEL. Projektet er finansieret med midler fra Fonden for Økologisk Landbrug og har til formål at skabe fagligt og dyrkningsmæssigt grundlag for en øget produktion af frilandsgrøntsager hos danske, økologiske planteavlere og gartnere. I alt er gennemført ni interviews medio 2023, seks interviews med producenter og tre interviews med grossister. Alle interviews har fulgt en semi-struktureret interviewguide med følgende fokusområder:

- Den oplevede markedssituation og seneste udvikling i markedet, samt hvilken rolle økologiske grøntsager og særligt frilandsgrønt spiller for producenter og grossister.
- Hvordan producenter og grossister vurderer fremtiden for afsætning af økologiske grøntsager (heriblandt frilandsgrønt). Både når det gælder barrierer, trusler og muligheder for at øge arealet anvendt til produktion af økologisk frilandsgrønt.
- Hvordan samarbejdet mellem producenter og aftagere opleves at fungere i dag, og hvordan samarbejdet kan styrkes fremadrettet set fra interviewpersonens synspunkt.

Det nuværende markedsbillede

De seks producenter, der er blevet interviewet, er meget forskellige i størrelse såvel som hvilke produkter, de producerer, og om de udelukkende har økologisk produktion eller en kombination af økologisk og konventionel produktion. Det giver indtryk af, at både produktion og afsætning af frilandsgrønt er et meget fragmenteret og forskelligartet landskab, hvor producenterne har fundet deres egne veje ift. produktion og afsætning.

Fælles for alle interviews er dog, at de har opsøgt og sikret faste aftaler med aftagere for at kunne sikre stabil afsætning og fremtidssikre deres virksomhed. Nogle har indgået faste aftaler med aftagere i form af en bestemt kæde inden for detail eller foodservice, andre har faste aftaler med lokale restauranter i området eller oprettet fødevarerfællesskaber med forbrugere i de nærmeste byer, der abonnerer på grøntkasser fra producenten. Der er således veje frem afsætningsmæssigt for både store og små producenter, og løsningen for den pågældende producent beror lige nu på både geografisk placering, størrelse på virksomheden såvel som variationen og diversiteten af produkter i deres sortiment.

Forholdsvist stabilt marked for økologiske grøntsager trods nylig nedgang i salget

På trods af et hårdt år for økologien generelt, har efterspørgslen på økologiske grøntsager ifølge både producenter og grossister ikke været nær så markant påvirket, som man har set med andre kategorier. Økologiske grøntsager generelt har ifølge både producenter og grossister en stærk position i dag, hvor der er en forholdsvis konstant efterspørgsel blandt forbrugere. Flere interviewpersoner giver udtryk for, at én af forklaringerne kan være, at økologiske grøntsager taler ind i både behovet for at spise sundt hos forbrugerne og samtidig være med til at passe på natur og miljø. Interviewpersonerne giver derfor udtryk for optimisme omkring fremtidig afsætning.

"Jeg har ikke indtrykket af, at økologiske grøntsager har været ramt lige så hårdt som mange andre økologiske kategorier. Jeg har i hvert fald ikke mærket det så meget. Jeg har en teori om, at grøntsager er dér, hvor forbrugerne sidst "trader ned". De vil gerne have økologiske grøntsager, selv om budgettet kan være stramt. For her handler det om egen og familiens sundhed, og grønt i børnenes madkasser, og her står økologien stærkt. Det er i hvert fald mit indtryk" (Producent)

"Jeg har stor respekt for, at det seneste år har været hårdt for nogle. Der er helt sikkert nogle, måske 25 pct., der virkelig har været presset på budgettet, og vi har selvfølgelig også mærket, at der har været større fokus på pris end ellers. Så det har da været lidt udfordrende, men jeg har ikke oplevet at brænde inde med noget. Jeg har fast aftale med [kæde] og her har jeg kunnet levere det, jeg plejer" (Producent)

Mulighedsrummet for øget afsætning af økologisk frilandsgrønt er for nogle også relateret til øget eksport. Nogle af interviewpersonerne nævner bl.a. Tyskland som et stort marked for økologisk frilandsgrønt, og der kan være et potentiale for at øge afsætningen til dette marked. Det er særligt grovere grøntsager og rodfrugter, der bliver fremhævet som relevante til eksport. Dette skyldes til dels vores klima, som beskrives som ideelt til produktionen af rodfrugter, men især det faktum, at rodfrugter er gode at have liggende til lager, uden de mister deres smag og udseende, mens fx bladgrønt hurtigt mister sin friskhed og derfor skal have kort afstand fra mark til mund.

Producenterne har forskellig tilgang til økologien

Der er forskelle på producenternes tilgang til økologien alt efter, om de producerer udelukkende økologisk eller har en kombination af økologisk og konventionel produktion. Fælles for alle producenterne er dog, at de finder motivation i de økologiske grundprincipper, hvor man hele tiden skal finde naturens løsninger og gøre tingene klogt og bæredygtigt. Det er fagligt motiverende og en kilde til stolthed, når høsten er i hus.

De producenter, der arbejder udelukkende økologisk, ser økologien som den bedste produktionsform nu og i fremtiden. For dem er økologien det mest ansvarlige valg, og de finder stor personlig motivation i økologiens grundprincipper. Deres bevæggrunde er således mere idealistisk betonedede end motiverne blandt de producenter, der producerer både konventionelt og økologisk grønt, som omvendt ser mere pragmatisk på produktionen af økologiske grøntsager. De har et ønske om at levere det, som markedet efterspørger, og betragter bredden af både konventionelle og økologiske varer på hylderne som en styrke og en fremtidssikring af deres virksomhed. For dem indebærer produktionen af økologisk frilandsgrønt en større risiko sammenlignet med konventionelt, da man i denne produktionsform kæmper mere med fx ukrudt og sygdomsangreb. Økologiens forskellige krav og reguleringer gør det mere komplekst at producere, men samtidig også mere fagligt udfordrende og spændende, hvilket er en stor motivationsfaktor blandt disse producenter.

Udfordringer ved øget produktion og afsætning af økologisk frilandsgrønt

Samtaler med producenter og grossister har alle primært fokuseret på mulighedsrummet for en større produktion af økologisk frilandsgrønt, herunder potentialerne for at øge arealet, der anvendes, i Danmark. Herigennem er der identificeret en række udfordringer, der skal overkommes, før dette kan realiseres.

#1 Arealet kan kun øges, hvis efterspørgslen øges

Som helt spontan reaktion på tanken om at øge arealet anvendt til økologisk frilandsgrønt – og frilandsgrønt i det hele taget – peger alle producenter såvel som grossister entydigt på, at arealet kun kan øges i fremtiden, hvis der samtidig er en øget efterspørgsel i markedet. Markedet opleves lige nu som mættet, og derfor vil det kun presse prisen ned, hvis udbuddet af danskproducerede, økologiske grøntsager stiger, uden at efterspørgslen er fulgt med. Med andre ord er producenter og grossister enige om, at der er brug for et øget *pull* fra markedet, før der kan være en mening i at udvide arealet.

"Det vil være besluttet hovedløst at udvide arealet, hvis der ikke er et marked for det. Så bliver prisen jo bare presset ned, fordi der er flere varer og ikke nok forbrugere, der køber det. Så nej, jeg vil først se et øget behov, før jeg gør mig tanker om at udvide" (Producent)

"Vi har brugt de seneste to år på at blive mere solide, få ro på med nogle faste aftaler. Så vi udvider ikke lige foreløbig. Men jeg synes heller ikke, at det giver mening at øge arealet. Ikke før forbrugerne begynder at efterspørge flere danske, økologiske grøntsager." (Producent)

"Jeg kan da godt forstå det, og det er da en meget sympatisk tanke. Det er helt sikkert dér, vi skal hen, altså på den lange bane. Men forbrugerne er nødt til at være der først, ellers kan det være lige meget. Og de seneste år har behovet været stabilt, men ikke voksende. Der skal være vækst, før det kan forsvares at øge arealet" (Grossist)

#2 Krav om leveringsdygtighed og alsidighed udfordrer især mindre producenter

Der opleves generelt en interesse i grøntsager produceret lokalt både blandt restauranter og forbrugere. Interviewpersonerne ser flere årsager til denne interesse. Først og fremmest ønsker restauranter at støtte op i lokalsamfundet ved at købe lokalt, hvilket også kan bidrage til en god fortælling om deres råvarer over for gæsterne. Det ses samtidig som attraktivt at undgå transport over store afstande. Set fra grossistens stol har lokale, mindre leverandører dog ofte ikke hverken produktionsmæssig eller logistisk kapacitet til at kunne levere den mængde økologisk frilandsgrønt, der efterspørges, på det tidspunkt, det efterspørges. Netop på grund af deres mindre størrelse har de typisk en forholdsvis lille palette af råvarer "på hylden", og har svært ved at udvide deres sortiment. De har samtidig ikke ressourcerne til at være fleksible ved uventede ordrer. Dette betyder, at aftagere skal bruge flere leverandører, for at få dækket deres behov, frem for at have det meste samlet hos samme leverandør.

Grossisterne udtrykker stor forståelse for dette og fremhæver det som netop "charmen" ved en lokal, lille leverandør, at de har specialiseret sig i enkelte typer grøntsager. Men skal arealet udvides i fremtiden, er de logistiske udfordringer hos mindre producenter stadig en relevant barriere, som er værd at finde løsninger på. Der er på den ene side brug for at sikre forudsigelighed, så producenten ved, hvad der skal leveres, og hvornår de skal levere. På den anden side er der brug for at sikre en forståelse blandt aftagere for, at man som mindre producent kun har bestemte råvarer "på hylden"

på bestemte tidspunkter af året. I produktionen af økologisk frilandsgrønt kan man samtidig aldrig være helt sikker på forhånd på mængden af udbyttet, og det kan være en sårbarhed hos særligt de mindre producenter. Hvis de logistiske udfordringer ikke løses hos mindre producenter, ser grossisterne ikke, at de kan overleve på lang sigt, medmindre de finder deres egne, lokale aftagere i form af fx lokale restauranter.

#3 Manglende forståelse for produktionsvilkår blandt aftagere og forbrugere

Producenter ser de økologiske grundprincipper som meget cykliske, hvor man hele tiden skal finde naturens løsninger, og gøre tingene klogt og bæredygtigt. Men både producenter og grossister beretter om krav fra aftagere, der afspejler en manglende forståelse for økologiens produktionsvilkår. Producenterne oplever, at deres råvarer bliver målt og vejret efter faste skabeloner og standarder, som kan være svære at leve op til i en verden, hvor naturen er spillepladsen, og hvor økologiske principper gør det svært at sikre ensartethed. De beretter om manglende forståelse for, at grøntsagsproduktion – og særligt økologisk grøntsagsproduktion – kan være meget underlagt vind og vejr, naturens luner, plantesygdomme, insektangreb, tørke eller omvendt for meget regn, pludselig uventet frost el. andet, der kan kompromittere udbyttet og gøre, at høsten ikke bliver som forventet. Flere producenter har oplevet, at vejret de seneste år har været mere uforudsigeligt med enten tørke eller pludselige, voldsomme regnskyl, og dette skaber bekymring om fremtiden.

Det kan være svært at leve op til fastsatte krav til fx størrelsen og udseendet på grøntsagen, fordi naturen netop rummer et element af uforudsigelighed. En uforudsigelighed, som kun bliver mere udtalt. Derfor efterspørges en større forståelse for, at økologiske råvarer kan variere i størrelse og udseende, samt at høstudbyttet er afhængigt af vind og vejr. Dette gælder også en større forståelse og accept blandt forbrugerne, der som sidste led i værdikæden ofte afviser at købe grøntsager, hvis de ser 'anderledes ud' end forventet.

"Altså, jeg synes vi har set et markant tab af madkundskab de seneste 10 år. Hvis gulerødderne er lidt skæve, så kan de ikke bruges, hvis kartoflerne er for små, dur de ikke. I gamle dage vidste en indkøber, at man i februar lige skulle skære kålen igennem og pakke dem som halve kål i stedet, for nogle af dem kunne være sorte inderst. Det ved de bare ikke længere. Nu er det flinke unge mennesker fra Handelshøjskolen, der sidder med excelark bag computerskærme, og de aner ikke, hvordan virkeligheden er. Hvis det ikke passer ind i deres skema på mål og vægt, så ryger det ud" (Producent)

"Vi arbejder meget med det her med opfattelsen af kvalitet som lig med ensartethed. Det er et konstant arbejde at prøve at få vores kunder til at forstå, at økologiske grøntsager kan se lidt skæve ud og farven kan variere og sådan. Men det er ikke altid, vi får ørenlyd, for det skæve passer bare ikke ind i de automatiserede produktionsapparater. Og jeg tror også, at forbrugerne har svært ved at acceptere det, så de [grøntsagerne] jo ligger tilbage på hylden og bliver ikke købt." (Grossist)

#4 Et ulige magtforhold mellem producent og aftager

I diskussionen om oplevelsen af manglende forståelse for produktionsvilkår på naturens præmisser følger flere interviewpersoner dette op med en oplevelse af, at relationen mellem producent og aftager ofte er præget af et ulige magtforhold. Særligt detailhandlen har nogle producenter dårlige erfaringer med, og enkelte har efter flere dårlige oplevelser opgivet denne kanal til afsætning og fundet andre veje. De beretter om at være underlagt systemkrav ("Excel-tyranni"), som kan være svære at leve op til. Kan de ikke levere den aftalte mængde til præcis den rette tid, med det udseende og den størrelse på grøntsagen, som aftageren kræver, falder kritikken og leveringen

bliver i værste fald afvist. Samtidig har de omvendt oplevet at blive udsat for hård kritik, hvis høstudbyttet er anderledes end aftalt, eller bliver ødelagt af sygdomsangreb, alt for meget regn, tørke eller frost. Producenten står med al risikoen for tab, både ved manglende høstudbytte og hvis aftageren ikke tager imod varen. Samtidig har de oplevelsen af manglende fleksibilitet ift. leveringstidspunkter, hvor man straffes økonomisk, hvis man fx leverer en dag for sent. En enkelt har sågar oplevet at få bøder, fordi en medarbejder begik en menneskelig fejl.

"Altså, jeg har simpelthen prøvet at... [holder pause]. Der var én gang, hvor vi ikke kunne levere det, vi havde aftalt. Vi kunne bare ikke. Vejret slog pludselig om og [afgrøden] blev ødelagt, for vi havde ikke fået det ind i tide. Og jeg blev simpelthen skældt huden fuld, altså det... Og jeg undskyldte og undskyldte, men jeg kunne jo ikke gøre noget. Den var jo blevet ødelagt, og der var ikke noget at gøre. Men de var meget vrede, og det var ret ubehageligt." (Producent)

"De sidder med al magten. Der var én gang, hvor en ansat kom til at sætte den forkerte seddel på pallen, og bøden var flere tusind kroner. Det var ikke med vilje, men det var der ingen forståelse for. Og en anden gang var de [grøntsager], som vi leverede, lidt mindre i størrelsen end aftalt. Så de afviste dem bare. For de havde kampagner på "mellemstørrelsen", og mine var ca. 1 cm. mindre i diameter end deres definition på "mellemstørrelse", så de kunne altså ikke bruges. Det endte med, at jeg måtte sende dem til [land i Østeuropa], hvor de blev solgt som konventionelle varer." (Producent)

#5 Omlægning fra konventionel til økologi kan indebære økonomiske risici

Både grossister og nogle producenter har den holdning, at det indebærer en større risiko for producenterne at øge produktionen af økologisk frilandsgrønt sammenlignet med at øge produktion af konventionelt frilandsgrønt. Omlægning fra konventionel til økologisk jord ses som en langsigtet investering, der kan medføre underskud i omlægningsperioden. Reguleringer og metoder anvendt gør produktionen mere kompleks i deres øjne, og flere oplever lige nu, at priserne i markedet ikke afspejler denne kompleksitet. Særligt med et marked, der det seneste år er stagneret og har været udfordret af stigende priser generelt, kan tanken om at øge arealet med økologisk frilandsgrønt derfor skabe tvivl om økonomisk soliditet. Da risikoen for produktionskomplikationer ligger hos producenterne, ser de, at de står med den største risiko for at tabe omsætning. Nogle foreslår et tættere samarbejde mellem producent og aftager, hvor aftageren også er med til at bære noget af risikoen. Nogle efterspørger mere viden om optimering af produktionsforhold og optimering af teknologi anvendt for at kunne mindske risici forbundet med omlægning.

#6 Lokale forhold kan være en hæmsko for at udvide

Produktionens geografiske placering kan have stor indflydelse på, om producenter ser muligheder i at udvide arealet eller ej. Faktorer som f.eks. vejforhold, temperaturer, næringsstoffer i jorden, vandforbrug og lokale regler spiller ind på produktionens mulighedsrum. Det kan være vanskeligt at skaffe brugbar jord i umiddelbar nærhed. Nogle områder egner sig ikke så godt til dyrkning af frilandsgrøntsager, og for den enkelte producent giver det ikke mening logistikmæssigt at sprede sig for meget ud over for store områder. Derfor er producenterne uenige om, hvorvidt de overhovedet *kan* udvide deres produktion arealmæssigt, hvis efterspørgslen skulle stige. Dette er ligeledes noget, som grossisterne er opmærksomme på.

En vej frem for producenterne kunne være i form af fødevarefællesskaber og 'alliancer', hvor forskellige producenter går sammen og samarbejder omkring leveringen af forskellige typer grøntsager på tværs af geografi og jordforhold. Dermed kan de være leveringsdygtige på flere

forskellige råvarekategorier og tidspunkter af året. Fællesskabet kunne ske under et bestemt brand, hvor flere gårde er gået sammen, der hver har deres egne styrker og råvarer på hylderne, men sammen kan have et større sortiment – på samme måde som man ser det i fx mejerisektoren.

"Jeg tror ikke, vi har mange af vores små producenter om 10-15 år. Det er markedet simpelthen ikke til. De er for små til at kunne levere i de mængder, der kræves og på alle tidspunkter af året. Deres eneste chance er at gå sammen i større fællesskaber. Eller sælge deres produktion til én af de store producenter, som så kan tage over ift. salg og markedsføring" (Grossist)

"Vi går da med tanker om at udvide, for jeg oplever faktisk lige nu, at jeg er nødt til at afvise nogle restauranter, der gerne vil have aftaler med mig. Der er noget jord, som jeg har kig på lige nu, men det kræver jo, at den er til salg, ik? Jeg kan ikke gå længere væk, for det giver simpelthen ikke mening. Så skal jeg køre for langt. Så lige nu er vi i den lykkelige situation, at vi faktisk har for meget efterspørgsel, men jeg kan ikke bare udvide med hvad som helst. Det skal være den rigtige jord, den rigtige placering" (Producent)

#7 Ulige konkurrenceforhold mellem udenlandsk og dansk økologi

Der er blandt både grossister og producenter samtidig en frustration over det, som de oplever som et ulige konkurrenceforhold mellem dansk og udenlandsk økologi. De oplever et stort pres fra udenlandsk økologi, der ofte produceres under anderledes vilkår, men kan påsættes det røde ø-mærke og sælges i Danmark. Prismæssigt er disse grøntsager en smule billigere end de danske økologiske, men med det røde ø-mærke påsat emballagen bliver disse grøntsager af forbrugerne set på lige fod med danske, økologiske grøntsager. Og det kan udfordre afsætningen af danskproduceret økologi og være en hæmsko for tanken om at udvide arealet, hvorpå der produceres økologisk i Danmark.

"Jeg har sagt det i mange år, og nu siger jeg det så igen: Det er simpelthen så ærgerligt, at udenlandsk økologi kan få det røde ø-mærke på deres emballage. For så bliver det set på lige fod med den danske økologi, og når det så koster lidt mindre, jamen så vælger forbrugeren jo selvfølgelig det i stedet. Så reglerne for det røde ø-mærke er lige nu ikke til fordel for dansk produktion, og det er hamrende ærgerligt." (Grossist)

"Jamen, jeg er da ret frustreret over, at mine varer bliver set over én kam med dem fra udlandet, fordi disse også kan få det røde ø-mærke. De, der prioriterer økologi, når de handler, tænker ikke over, at der kan være forskel på Danmark og udlandet. Men min produktion er underlagt danske krav og restriktioner, som jeg skal leve op til, og det gør det jo lidt dyrere at producere. Udenlandske, økologiske varer presser prisen nedad, men bliver belønnet med økologi-stempel og gør, at jeg har sværere ved at sælge mine varer. Det er ikke retfærdigt, hvis jeg skal være ærlig." (Producent)

Opsummering: Brug for mere dialog og forståelse mellem led i værdikæden og tættere fællesskaber mellem producenter

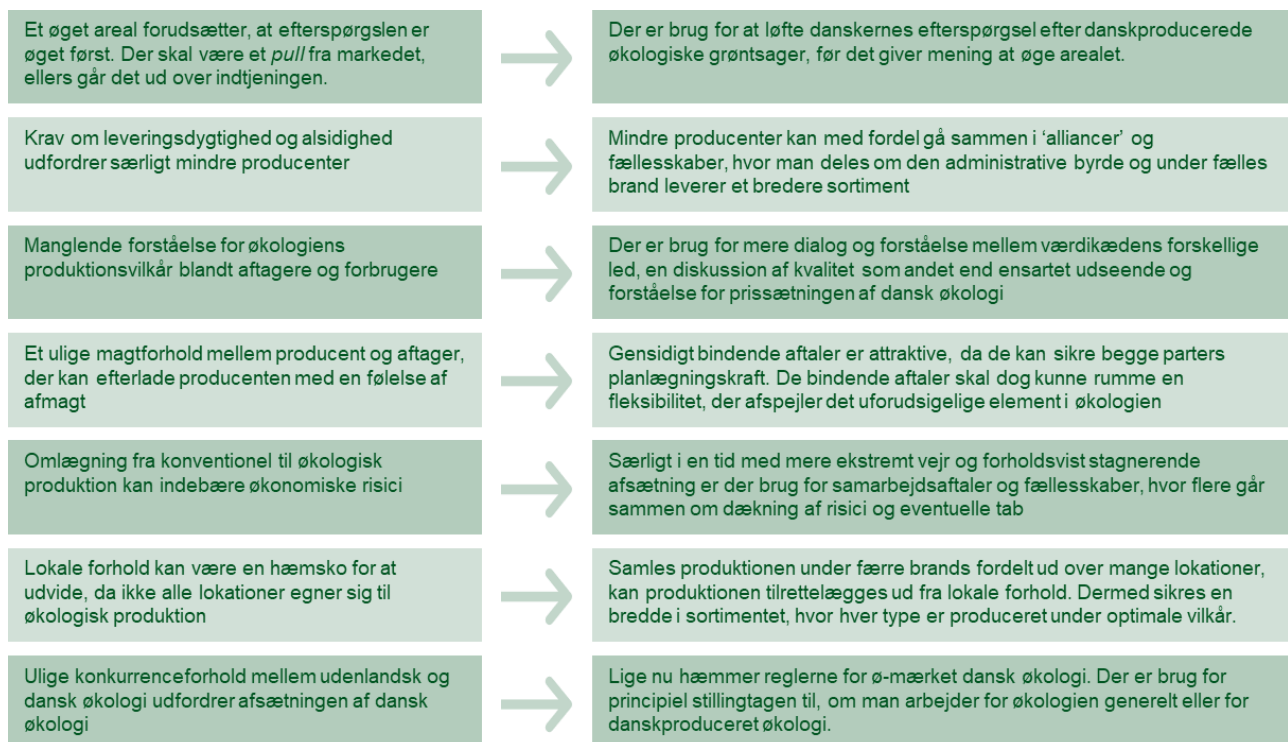
Samlet set peger samtalerne med producenter og grossister på et behov for mere dialog og forståelse mellem forskellige led i værdikæden. Uenighed om parametre for kvalitet presser producenterne, der oplever krav om ensartethed i størrelser og udseender som uforligneligt med de produktionsprincipper, de oplever som grundstenene i økologien. Naturen kan være svær at forudsige med uventede temperaturstigninger eller -fald, for meget eller for lidt regn, angreb af sygdom eller insekter og andet, som kan udfordre et ensartet, forudsigeligt og på forhånd aftalt udbytte, både når det gælder mængde og udseende. De oplever at få deres varer afvist, hvis de ikke

lever op til fastsatte standarder, men bliver på den anden side mødt med skrappe krav om leveringstidspunkter og mængder, der kan være svære at forudsige på forhånd.

På den ene side efterspørges, at der kan indgås faste aftaler med aftagere, der kan fremtidssikre produktionen, på den anden side opleves det, at disse faste aftaler også kan fastlåse og gøre, at producenten af økologisk frilandsgrønt skal håndtere skuffede og vrede aftagere, der ikke har fået det, de er blevet sat i udsigt. Den "gyldne middelvej" synes at være faste aftaler om levering, men med en større fleksibilitet ift. mængde og udseende, end hvad der opleves at være tilfældet i dag.

Samtalerne peger samtidig på, at tanken om en udvidelse af arealet anvendt til økologisk produktion med fordel kan ske ved, at flere mindre producenter går sammen om et fælles brand – eller bliver underleverandører til en stor producent. I og med at jorden skal være egnet til dyrkning af økologisk frilandsgrønt, og den enkelte producent ikke kan sprede sig for meget ud, kan et fællesskab mellem flere producenter, hvor der dyrkes mange forskellige steder i landet, være med til at sikre, at produktionen hele tiden er leveringsdygtig med en bred palette af grøntsager. I dette tankeeksperiment ville det også være muligt at samle den administrative byrde til salg og markedsføring centralt, mens produktionen udføres decentralt på mange forskellige lokationer af lokale landmænd, forpagtere eller arbejdsmænd, hvor det giver mest mening ift. jord-, vand-, vejforhold og infrastruktur i øvrigt.

Figur 1: Opsumming af barrierer og løsningsforslag for øget produktion af økologisk frilandsgrønt



Kilde: Landbrug & Fødevarer for ICOEL, kvalitativ undersøgelse blandt grossister og producenter af økologisk frilandsgrønt 2023

Analyse & Statistik

Martin Kristian Brauer, områdedirektør

Interviews og analyse er udarbejdet af Nina Preus, forbrugersociolog og chefkonsulent

Billedet på forside og bagside er fra pexels.com, fotograf Anastasia Pavlova



Innovationscenter
for Økologisk Landbrug



Fonden for økologisk landbrug