



DOKUMENTATION FRÅN WORKSHOP I ALNARP • 1 FEBRAURI 2006

Viktiga frågor för sydsvensk ekologisk produktion - husdjur, växtodling och trädgård

Birgitta Rämert (ed.)

Centrum för uthålligt lantbruk



Viktiga frågor för sydsvensk ekologisk produktion – husdjur, växtodling och trädgård

Centrum för uthålligt lantbruk

SLU

Box 7047

750 07 Uppsala

Centre for Sustainable Agriculture

Swedish University of Agricultural Sciences

S-750 07 Uppsala

ISBN: 91-576-6897-3

Antal sidor: 17

Publicerad: på Internet av Centrum för uthålligt lantbruk, februari 2006,

<http://www.cul.slu.se/information/publik/sydsvenskekoprod.pdf>

Innehåll

Viktiga frågor för sydsvensk ekologisk produktion – husdjur, växtodling och trädgård.....	3
Programmet för workshopen	5
Deltagarlista.....	6
Konsumentattityder och attityder hos handeln om ekoprodukter – hur förvaltar vi vårt förtroendekapital.....	7
Frukt och bär – flaskhalsar i produktion och marknadskanaler	9
Utsäde – brist på sorter	11
Hur kan vi utveckla effektiva småskaliga produktionssystem?	12
Behövs, och är det möjligt med butiker med enbart ekologiska produkter?	13
Köttproduktion – producent och konsument finner inte varandra.....	15
Växtnäringscirkulation via biogasproduktion och återföring av rötresten på ekologisk växtodlingsgård – jämförelse med stallgödselproblematik.....	16
Hur ska uthålliga och miljömässigt acceptabla ekologiska produktionssystem för de enkelmagade djuren utformas?	17

Viktiga frågor för sydsvensk ekologisk produktion - husdjur, växtodling och trädgård

Endast fem procent av Skånes jordbruksareal odlas ekologiskt. Samtidigt talar mycket för att det finns stora miljövinster med ekologisk produktion i just slättbygder. Sydsverige är också tätt befolkat och har därför en stor marknad för ekologiska produkter. Vad man kan göra för att få fart på den ekologiska produktionen i denna region diskuterades på ett idémöte i början av februari.

Mötet hölls på SLU i Alnarp i ett samarbete mellan SLU:s fakultet för landskapsplanering, trädgårds- och jordbruksvetenskap, Partnerskap Alnarp och CUL. Partnerskap Alnarp är en organisation för samverkan mellan SLU och näringen i Sydsverige. Tidpunkten var vald med tanke på att detta möte också skulle ge infallsvinklar till det pågående arbetet med ett nytt ramprogram för forskning inom ekologisk produktion och konsumtion (se nedan).

Cirka 50 personer – forskare, rådgivare, lantbrukare och företagare m.fl. yrkeskategorier – hade hörsammat inbjudan till heldagsmötet. Under förmiddagen ritades kartan över läget för produktion och konsumtion av ekologiska produkter i Sydsverige. Maria Dirke från Ekologiska Lantbrukarna redogjorde för vad som är på gång inom livsmedelspolitik och vilka kritiska frågor som finns för den framtida utvecklingen, t.ex. nya politiska mål för ekoproduktionen, samexistens med genmodifierade grödor och det nya miljö- och landsbygdsprogrammets utformning. Från rådgivare kom presentationer av läget inom de olika produktionsgrenarna. Gunilla Andersson från Ekologiskt Marknadscentrum och Gertrud Sonesson, kostchef i Lunds kommun, berättade inspirerande om offensiva marknadssatsningar i regionen. Lunds kommun har satt som mål att 40 % av den mat som kommunen köper in ska vara ekologiskt producerad år 2012.

Inspirerade gjorde också Stefan Allansson från Fruktservice AB, ett företag som levererar råvaror till restauranger. Han arbetar med att skapa ett utbud av högkvalitativa ekologiska produkter. Detta gör företaget för att profilera sig gentemot andra liknande företag i branschen.

Under eftermiddagens diskussioner formerade sig deltagarna i grupper kring frågeställningar som hade skickats in i förväg. Ämnen som diskuterades var:

1. Konsumentattityder och attityder hos handeln – hur förvaltar vi vårt förtroendekapital?
2. Frukt och bär – flaskhalsar i produktion och marknadskanaler.
3. Utsäde – brist på sorter.
4. Hur kan vi utveckla effektiva småskaliga produktionssystem?
5. Behövs, och är det möjligt med butiker med enbart ekologiska produkter?
6. Köttproduktion – producent och konsument finner inte varandra.
7. Växtnäringscirkulation via biogasproduktion och återföring av rötresten på ekologisk växtodlingsgård – jämförelse med stallgödselproblematik.
8. Hur ska uthålliga och miljömässigt acceptabla ekologiska produktionssystem för de enkelmagede djuren utformas?

Deltagarna fick i uppgift att beskriva problembilderna, ge förslag på åtgärder och vem som skulle genomföra dem. En hel del nya konkreta idéer framkom, bl.a. på områden där det behövs mer forskning. En gemensam slutsats för många av grupperna var att det finns en stor brist på entreprenörer som t.ex. kan driva förädlingsföretag eller utveckla nya kanaler mellan producenter och konsument, och för dåligt stöd till de duktiga entreprenörer som trots allt finns.

Programmet för workshopen

- 9.00–9.30 Registrering och kaffe.
- 9.30–10.15 Välkommen. *Roland von Bothmer, dekanus LTJ-fakulteten, SLU.*
Eko i livsmedelspolitiken: Vilka frågor ställs? Vilka svar ges?
Maria Dirke, Verksamhetsledare, Ekologiska Lantbrukarna.
- 10.15–11.30 Offensiva marknadssatsningar i Sydsverige.
Gunilla Anderson, Verksamhetsledare, Ekologiskt Marknadscentrum.
40 % ekomat i Lunds kommun.
Gertrud Sonesson, Kostchef Lunds kommun.
Visst finns marknaden! *Stefan Allansson, Fruktservice AB.*
- 11.50–12.30 Vilka utmaningar står den ekologiska produktionen inför i Sydsverige? *Johan Ascard och Thorsten Pedersen, Jordbruksverket i Alnarp, samt Ingela Löfqvist, HS Kristianstad.*

Moderator för förmiddagen var *Åsa Odell, ordförande i LRF Skåne.*

12.30–13.30 Lunch

13.30–16.30 **Ta fram förslag på satsningar för sydsvensk ekologisk produktion och marknad!**

Indelning i smågrupper utifrån era inskickade frågor. Efter cirka en timmes diskussion summeras och diskuteras förslagen gemensamt. De dokumenteras och avses att användas för framtidens forsknings-, rådgivnings- och marknadssatsningar i Sydsverige.

Processledare var *Lennart Salomonsson, Centrum för uthålligt lantbruk, SLU.*



Deltagarlista

Ahlström	Lars-Göran	Hushållningssällskapet (HS)
Albertson Juhlin	Marie Louise	Hushållningssällskapet
Andresen	Niels	Ekologiskt Marknadscentrum
Andersson	Gunilla	Jordbruksverket
Ascard	Johan	Biologisk odling
Bengtsson	Olof	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Bryngelsson	Tomas	SLU, Institutionen för växtproduktionsekologi
Båth	Birgitta	Ronneby kommun, Hoby Lant o Skog
Börjesson	Bo	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Caspersen	Siri	
Colin	Bernard	
Dirke	Maria	Ekologiska lantbrukarna
Engström	Bengt	Önnestadsgymnasiet
Geber	Ulrika	CUL
Gissén	Charlott	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Gustafsson	Gunnla	SLU, CUL/Institutionen för husdjurens utfodring och vård
Gustafsson	Gösta	JBT/SLU
Göransson	Gert	SLU omvärld
Hansson	David	SLU, Institutionen för landskaps- och trädgårdsteknik
Hellström	Torbjörn	Den Gamles Gård
Helmfrid	Gudrun	KRAV
Hillbur	Ylva	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Holm	Ivan	Ålstorps Frukt & Grönsaker
Hultgren	Lars Erik	
Ivarson	Jonas	Hushållningssällskapet
Ivarsson	Pauliina	HS Halland
Jansson	Arne	Stiftelsen Holma
Jeppsson	Knut-Håkan	SLU, JBT
Jonsson	Ingvar	
Joäng	Malin	LRF Konsult AB
Kindt	Barbro	Länsstyrelsen
Kjellenberg	Lars	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Larsson	Hans	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Larsson	Curt	
Lundborg	Tomas	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Lundqvist	Peter	SLU, JBT
Löfqvist	Ingela	Hushållningssällskapet
Mogren	Lars	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Månsson	Anders	
Nilsson	Ulf	Lund
Norrman-Oredsson	Charlotte	Ekologiska Lantbrukarna i Skåne
Nybom	Hilde	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Odell	Åsa	LRF Skåne
Olsson	Anne-Charlotte	JBT/SLU
Pedersen	Thorsten	Jordbruksverket
Persson	Per-Olof	Dagstorps Fruktodlingar HB
Ramel	Eva	AB Börringekloster huvudgård
Rumpunen	Kimmo	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Rämert	Birgitta	SLU, CUL/Institutionen för växtvetenskap
Salomonsson	Lennart	CUL
Svala	Catharina	JBT
Sonesson	Getrud	Lunds kommun
Svedelius	Guy	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Svensson	Sven Axel	SLU, Institutionen för landskaps- och trädgårdsteknik
Svensson	Gunnar	SLU, Institutionen för växtvetenskap
Swensson	Christian	Svensk Mjölk
Söderlind	Marcus	Växt/TrädgårdLantbruksenheten Länsstyrelsen i Skåne
Tjellander	Anders	
Ullmark	Helena	Ekologiskt marknadscentrum
Ulven	Karin	SLU, CUL/Institutionen för växtproduktionsekologi
Wandt	Esbjörn	Stiftelsen Holma
Winter	Christina	Jordbruksverket, Ekologiskt lantbruk
Wivstad	Maria	CUL
von Wachenfelt	Eva	SLU, Institutionen för jordbrukets biosystem och teknologi
von Wachenfelt	Hans	SLU, JBT
Ögren	Elisabeth	Länsstyrelsen i Västerås

Konsumentattityder och attityder hos handeln om ekologiska produkter - hur förvaltar vi vårt förtroendekapital

Diskussionsdeltagare

Lars Erik Hultgren (ordförande)

Barbro Kindt

Marcus Söderlind (sekreterare)

Torbjörn Hellström

Ingvar Jonsson

Lars Mogren

Eva Ramel

Gunilla Andersson



Frågeställningen visade sig vara mycket djup och bred. Här hoppas sekreteraten att ha redovisat gruppens huvudsakliga diskussion och slutsatser.

Först försökte gruppen diskutera om vad ett förtroendekapital är och hur det har byggts upp. Genom Lars Erik gjordes flera tillbakablickar i ekoodlingens historia. Detta blev en grund för diskussionen.

Diskussionen handlade om attityder och om vem konsumenten är. Ur denna diskussion dök några nyckelord upp:

Hur ska egoistiskavärderingar så som hälsoaspekter kontrasteras tillsammans med andra mer gemensamma värden som t.ex. miljöhänsyn.

Bildningsfrågan: För att kunna ta ställning till olika val behövs en viss kunskap och ett engagemang både för sitt eget liv och för andras. Troligen är det detta som ligger till grund för att det är medvetna konsumenter med högre inkomster som är traditionella ekologiska konsumenter.

Lyxprodukter: Är det rätt att ekologiska produkter är eller blir en lyxprodukt, eller ska det vara något för den breda allmänheten? Är det en rättvisefråga?

Äkthet: Konsumenten måste känna en äkthet och det genuina i produkterna.

Djuromsorg: Det är viktigt att de som inte sköter sig trillar ur systemet för det skapar negativ publicitet och det raserar fort ett förtroendekapital som tar lång tid att bygga upp. Det finns ett problem med att stödet omfattar producenter som inte är certifierade och därmed kontrollerade regelbundet. Media och konsumenten kan inte skilja på om det är en KRAV-produ-

cent som misskött sig eller en med stöd för ekologisk produktion men som inte är certifierad.

Konsumenternas förtroende bygger på att de litar på kontrollen och märkningen. Hur ska parallellproduktion hanteras så att inte detta leder till en förtroendekris för kontroll och certifieringssystemet?

Det är viktigt att det är bra produkter som finns ute i handeln oavsett om det är torgförsäljning eller produkter i butiksdisk. Hur noga är vi svenska odlare när det sorteras?

Angående ekokampanjen: För att kunna göra en bra kampanj behövs planering i god tid. Det är viktigt att det finns produkter att köpa när man slår på stora trumman.

Är det nu en ekokampanj för 2007 ska planeras? Viktigt att både producenter och handel är med i planeringen?

Vad behöver göras

Nya kanaler som förmedlar budskapet om ekologiska produkter behövs. Exempelvis IKEA, frukten på macken där kunden handlar utan att titta på priset skulle vara ekologisk. Har konsumenten fått en bra produkt och observerat märkningen då väljs kanske ekologiska produkter vid nästa livsmedelsinköp.

Utveckla direkta marknadskanaler som tex Ekolådan.

Avgiften för KRAV-certifiering måste vara låg. Idag läggs det mycket tid på diskussionen om att småproducenter upplever avgiften för hög medan de större företagen tycker att de subventionerar de små

producenterna. De mindre producenterna som säljer via torg och gårdsbutik träffar konsumenterna och kan förmedla ett djupt budskap om vad ekologiska produkter har för mervärden. Den större producenten som packar sina produkter för försäljning i livsmedelsbutik kan använda etiketten eller förpackningen för att förmedla budskapet om de ekologiska mervärdena. Det är viktigt att båda dessa budbärare finns. De förmedlar budskapet på olika sätt och vid olika tillfällen. Därför är det viktigt att certifieringsstödet blir långsiktigt och inte bara ett eller två år.

Förmedla mervärden för att skapa förtroende. Vilka mervärden ska föras ut? Det är viktigt att budskapen målgruppsanpassas eftersom kunderna idag inte är en homogen grupp.

Vem ska göra detta

- För att skapa nya kanaler är Ekologiskt Marknadscentrum och säljorganisationer viktiga.
- För att stötta skapandet av nya kanaler borde forskning inom ekonomi på SLU kopplas in.
- För att utveckla direkta marknadskanaler krävs det att producenterna blir entreprenörer och tar tag i denna utveckling. Hur stöttas entreprenörer?
- Att verka för ett långsiktigt certifieringsstöd blir Ekologiska Lantbrukarnas uppgift.
- Att förmedla de mervärden som finns i ekologiska produkter måste alla som säljer och handlar med produkterna göra. Producenterna, livsmedelsförädlarna, säljarna och handel har ansvar för detta.

Frukt och bär - flaskhalsar i produktion och marknadskanaler



Diskussionsdeltagare

Maria Dirke

Kimmo Rumpunen

Per Olof Persson

Malin Joäng

David Hansson

Helena Ullmark

Christina Winter (sekreterare)

Den ursprungliga frågeställningen handlade om varför inte nya frukt- och bärkulturer kommer ut på marknaden trots av de inte längre är nya och vi kan odla dem. Vi utvidgade frågeställningen till även traditionella frukt- och bärslag som jordgubbar och äpple.

Problembeskrivning

• Marknad, volym

Produktionen av ekologisk frukt är liten, och efterfrågan stor. Trots det ligger ekologisk frukt från 2005 fortfarande i lager. Är priset för högt? Finns inte det rätta intresset/kunskapen hos aktören att sälja frukten? Volymerna är för små för att det ska kunna gå de normala distributionsvägarna (gäller även jordgubbar). De traditionella aktörerna är effektiva och kunniga på att lagra och sortera frukt men saknar engagemang att sälja och marknadsföra den ekologiska frukten. Kan man köpa tjänsten sortering+ ULO-lagring av frukten men marknadsföra den via andra kanaler? Då kan man kanske sälja till Norge efter att deras importstopp har hävts. Samodlarna har mycket liten verksamhet i Skåne. Producenterna är upptagna med att odla, de har inte heller tillgång till sorterings/lagringsutrustning. Att sälja till offentlig sektor kräver stora volymer men det finns andra försäljningskanaler.

Behövs det en ny aktör, en ny ekonomisk förening för enbart ekologiska produkter?

Det finns även efterfrågan på ekologiska bär till förädling t.ex. till glass. Idag importeras detta.

Små volymer behöver inte alltid vara en nackdel, använd småskaligheten och utveckla "småleksfördelar". För leverans till till exempel restauranger

kan många odlare med små partier av olika produkter ändå få avsättning. Det finns en marknad för ekologiska frukt- och bärprodukter med extraordinär kvalitet. Där spelar inte priset någon roll. Satsa på närmarknaden

Äpple går att lagra medan andra frukt och bärslag är utpräglade färskvaror. Bär kan även förädlas till frysta bär, puré osv. Att en produkt har en kort säsong kan också vändas till en fördel.

Samtidigt måste vi arbeta på att få upp volymerna. Hur ska vi få fler att odla?

• Tillgång på sortmaterial

Växtförädlingen av frukt- och bär håller på att läggas ner i Sverige. Detta är ett problem eftersom utländska sorter inte alltid klarar vårt klimat. Växtförädling är också viktigt för att anpassa nya kulturer till svenskt klimat. Bör vara ett nationellt ansvar. Samtidigt behövs också en provning i Sverige av utländska sorter. Kanske ska ekologiska odlare satsa på en särskild sort som inte används i konventionell odling? Nya kulturer som havtorn är relativt enkelt att odla ekologiskt, även hösthallon passar ekologiskt.

• Odlingssäkerhet

Visst finns det odlingsproblem bl.a. insekter och svampsjukdomar (påverkar lagringsdugligheten). Odlingens problemen kan påverka produktens kvalitet. Ekologiska produkter som säljs ska vara av högsta kvalitet. Det måste sorteras. Den höga arbetsinsatsen för ogräsbekämpning är också ett problem.

För frukt är det viktigt att den pågående feromonforskningen får fortsätta, där görs framsteg.

Odlingssäkerheten måste öka så det blir jämnare och högre skördar. Det sänker kostnaderna per kg och kan sänka priset på produkterna. Om det är lönsamt att odla kommer också fler att odla och volymerna ökar, se ovan.

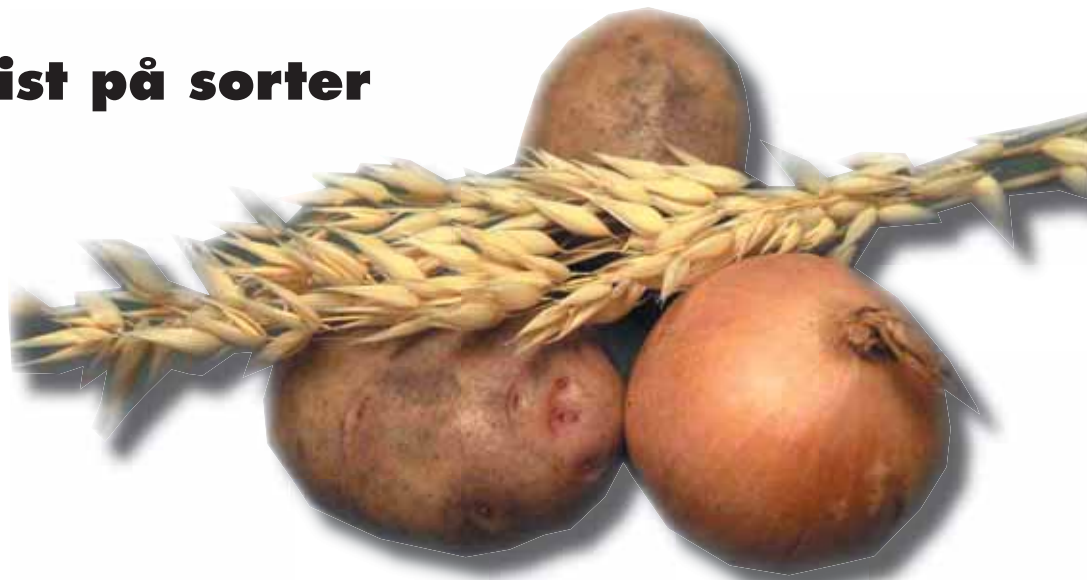
- **Marknadsföring**

Konsumenterna är inte tillräckligt informerade. Lyft fram hälsoaspekterna med frukt och bär. Just bär innehåller mycket polyfenoler som är nyttigt. Vidareförädla produkterna och sälj hela upplevelsen. Frukt och bär är oerhört smakrika och kan säljas på det.

Förslag på åtgärder

1. Starta en ny ekonomisk förening som säljer enbart ekologiska produkter som frukt och bär men även grönsaker. Vem: Intresserade producenter, Ekologiska lantbrukarna m.fl.
2. Säkra en svensk växtförädling av frukt och bär. Vem: Jordbruksverket, Jordbruksdepartementet bör ta initiativ eftersom det är en nationell fråga.
3. Satsa på kulturer som har eko-karaktär, dvs. som har relativt lite växtskyddsproblem och går bra att odla ekologiskt, t.ex. hösthallon och havtorn. Vem: SLU, producenter m.fl.
4. Satsa på FoU för att öka odlingssäkerheten, forskning och tillämpade försök behövs inom ogräsreglering, växtskydd (feromonforskning) m.m. Vem: SLU m.fl.

Utsäde - brist på sorter



Diskussionsdeltagare

Hans Larsson (ordförande)

Olof Bengtsson

Charlotte Norrman Oredsson

Maria Wivstad

Johan Ascard (sekreterare)

Diskussionerna handlade mest om ekologiskt utsäde och äldre lokalt anpassade sorter av spannmål. I mindre utsträckning pratade vi om potatis och grönsaksutsäde.

Problembeskrivning

- **Brist på sorter**, särskilt lokalt anpassade spannmålssorter.
- **Behov att lyfta fram mervärdet hos lokalt anpassade sorter:** historia, ursprung, filosofi, smak, hälsa, kvalitet.
- **Problem med regelverket** (EU, Jordbruksverket).
 - Många äldre lantsorter finns inte på sortlistan. Därmed kan utsädet normalt inte certifieras eller säljas.
 - Många sorter finns inte som ekologiskt utsäde, och kan då inte användas i grödor med krav på ekologiskt utsäde på grödnivå, t.ex. vårvete, höstvete, höstråg och potatis.
- **Storbageriernas krav** på vissa kvaliteter, höga proteinhalter etc.
- **Varierande sundhet** på visst ekologiskt utsäde, t.ex. potatis och sättlök

Förslag på åtgärder

- och vem som ska göra det

- **Högre mångfald i odlingen, fler lämpliga sorter**, och sortblandningar. Mer sortprovningar, officiella (av SLU och HS) och i form av deltagardriven forskning och utveckling (Ekologiska Lantbrukare (EL), m.fl.).

- **Försöka påskynda processen med EG-kommissionens arbete med s.k. bevarandesorter** (lantsorter och sorter som hotas av utrotning, lantbruks- och köksväxter). Tanken är att sådana sorter ska kunna komma med på sortlistan som bevarandesorter (med något lägre krav). Därigenom kan fler äldre sorter odlas. Det kan i vissa fall även behövas dispenser eller ändrade regler för krav på ekologiskt utsäde. LRF och EL (t.ex. Charlotte Norman Oredsson, Maria Dirke) forskar vidare och gör en skrivelse till Växtavdelningen på Jordbruksverket. (I efterhand har det framkommit att LRF även skulle kunna verka genom sin representant i Programrådet för Odlad Mångfald, se www.pom.info. OBS! En del av dessa äldre sorter, t.ex. emmervete, enkornsvete, bovete och köksväxter behöver idag inte vara med på sortlistan.)
- **Småskalig förädling av spannmålsprodukter.** Detta startas av här icke-namngivna landsbygdsentreprenörer, lokalföreningar, m.fl.

Hur kan vi utveckla effektiva småskaliga produktionssystem?

Diskussionsdeltagare

Esbjörn Wandt (ordförande)

Karin Ullvén

Elisabeth Ögren

Anders Tjellander

Acke Svensson

Niels Andresen

Anders Månsson

Jonas Ivarson

Birgitta Rämert

Pauliina Ivarsson (sekreterare)

Bakgrundsbeskrivning

I Sverige har traditionen för småskaliga produktionssystem försvunnit. Allt inom trädgårds- och jordbruksproduktionen strävar efter större enheter, större produktion. Attityden "störst är bäst" gäller. Det är lättare att låna 10 miljoner till en ladugårdsbygge än 100 000 kr till utveckling av gårdens gårdsbutik. De stora livsmedelskedjorna vill handla av stora producenter, på livsmedeljättarnas villkor. Det saknas entreprenörer och samhället är dålig på att stödja de entreprenörerna som finns.

Utvecklingen framåt

För att utveckla småskaliga produktionssystem behövs det samarbete. Samarbete små producenter emellan, då man kan till exempel bilda nya kooperativa företag. Dessutom måste man hitta nya försäljningskanaler, helt enkelt gå förbi ICA, Dagab etc.

Det krävs också samarbete inom forskningen. Tvärvetenskaplig forskning som försöker först definiera begreppet "effektiva småskaliga produktionssystem i en uthållig samhällsutveckling" och sedan utveckla det, med produktionen och människan hand i hand. Forskningen ska sedan uppmärksammas i form av seminarier, fortbildning, tvärvetenskapliga träffar osv.

Rådgivningen kan också bidra till utvecklingen av småskaliga produktionssystem. Rådgivare kan dokumentera bra exempel på småskalig produktion. Vad är drivkraften bakom? Varför har dessa personer



lyckats? Vad är det för tekniska lösningar som har möjliggjort framgången osv.

Denna informationen kan sedan användas på fortbildningsträffar för lantbrukare och trädgårdsföretagare.

Goda exempel måste lyftas fram. Önnestad Gymnasiets satsning på uthållighet och entreprenörskap kan användas som marknadsföring för "det nya tänkandet" inom branschen. På gymnasiet planeras t.ex. småskalig biogasproduktion för energi, och spillvärme från anläggningen ska värma upp ett växthus intill.

Energi är en het fråga och småskaliga produktionssystem och möjligheter till annan energiförbrukning kan vara ett sätt att uppmärksamma uthålliga produktionsformer. Det är t.ex. möjligt att odla bioenergi grödor som värmer produktionsanläggningar och använda solceller för energiproduktion.

Tillsammans kan småskaliga producenter bygga upp gemensamma produktionskök och söka medel från stiftelser och fonder för delfinansiering.

Arbetet ska också sträcka sig till skolorna och gymnasierna. Eleverna ska utbildas i entreprenörskap och de ska ha möjlighet att besöka småskaliga produktionsenheter och inspireras till att söka nya lösningar.

Det hade också varit positivt att ordna träffar med banker och landsbygdsföretagare och visa upp små lantbruks/trädgårdsföretag med lyckad produktion i liten skala.

Aktörer i frågan

SLU ska tillsammans med andra universitet ansvara för forskningsprojektet. Sådana tvärvetenskapliga program bör ingå i CULs nya ramprogram.

Rådgivarorganisationer ska söka medel för att dokumentera småskalig verksamhet. Hushållnings-sällskapet och stiftelser kan vara med att finansiera gemensamma produktionskök.

Befintliga småföretagare ska forma sig och arbeta tillsammans i olika samarbetsformer.

Behövs, och är det möjligt med butiker med enbart ekologiska produkter?

Diskussionsdeltagare

Ivan Holm (ordförande)

Lennart Salomonsson

Ulf Nilsson (sekreterare)

Problemområdet

I Sverige finns inte några medelstora varuhus som enbart säljer ekologiska produkter. De butiker som har denna inriktning är ofta små med ett begränsat utbud. I de små butikerna är kunden inte anonym vilket kan medföra en viss plikt känsla av att köpa. I stora butiker kan prisjämförelser lättare göras. I vanliga "konventionella" matbutiker är ofta ekologiska produkter med i sortimentet för att skapa ett ekologiskt samvete, inte av intresse eller för att produkterna anses olönsamma. Därmed är exponeringen ofta dålig, med undanskymda platser. Det behövs fler ekologiska alternativ inom varje produktsegment. Det räcker inte med en slags ekologisk ost, som kunder vill ha möjligheter att välja. Detta blir en anledning att välja bland konventionella produkter, där det kan finnas mer än 40 olika ostar att botanisera bland. Många stora producenter t.ex. Findus är för dåliga på att särskilja sina ekologiska produkter mot de vanliga. Konsumenter behöver glasögon för att skilja på varorna. I en ekologisk specialiserad butik uppstår aldrig dessa problem. Det saknas även kompetenta grossister som kan leverera ekologiska produkter till butikerna.

Vad behöver göras?

Till att börja med vore en analys av kundunderlaget viktigt. Finns det tillräckligt med konsumenter som skulle göra sina inköp i specialiserade butiker? Eller behövs det en befolkningstäthet liknande Hamburg eller London för att få täckning? Det krävs naturligtvis även entreprenörer som vågar satsa och som tror på sina idéer. Både för att starta butiker men även drivna grossister som har känsla och förståelse för ekologisk produktion.

Specialiserade stora butiker måste kunna få tag på ekologiska produkter på ett smidigt sätt och ha en säker distributionskanal. Kontinuitet är viktig.

Tidigare grossistföretag inom ekologisk odling (jämför Samodlarna) misslyckades p.g.a. långsamma distributionskanaler. Tanken var god: ifall en kund ville köpa 20 ton ekologisk potatis och det fanns tre odlare med vardera några ton skulle dessa kopplas ihop och skickas som en försändelse. Synergieffekten att t.ex. skicka mindre partier av olika grönsaker med samma försändelse som växer sig större med andra odlares produkter. Därmed skulle även kunder som beställer stora mängder smidigt kunna få sina ekologiska grönsaker. Dessvärre kunde det dröja flera dagar innan försändelserna blivit hopsatta. På denna tid hade holländska och danska ekologiska grossister kunnat skickat två försändelser.

Det krävs även fler grossister i "mellanklassen" som kan arbeta mer lokalt och leverera fullt sortiment till restauranter.

Bättre reklam och exponering av ekologiska produkter i butik. Förpackningar måste vara unika, det ska inte råda något tvivel på att det är en ekologisk



produkt. Tydligare upplysningar om vilka fördelar en ekologisk produkt har. Är "Svensson" tillräckligt medveten om de nackdelar som kan vara förknippad med konventionell odling, eller bryr han/hon sig inte? I gruppen noterades att satsningen av Netto, med KRAV-produkter i reklambladen, kan vara positivt i stort. Kundgrupper som normalt inte köper ekologiskt kan nu nås.

För att öka lönsamhet för ekologiska odlare behövs en processindustri som kan köpa det som inte är tillräckligt bra för direktförsäljning. Ekonomiskt stöd till lokalförädling skulle medföra många positiva

effekter för landsbygden. Med fler producenter av ekologiska produkter (framförallt processerade) ökar konsumenternas valmöjligheter, detta borde stimulera till ökade konsumtion.

Vilka ska göra det?

Konsumentanalys görs troligen redan idag, men annars borde det göras av lämpligt institut. Hur skapas entreprenörer i ett samhälle? I grund och botten en politisk fråga, vi är fostrade i system där vi är vana att myndigheterna tar hand om oss.



Köttproduktion - producent och konsument finner inte varandra

Diskussionsdeltagare

Guðrun Helmfrið

Ingela Löfqvist

Ulrika Geber (sekreterare)

Vad finns för problem?

- Butiker får inte det kött som de beställt.
- Det är glapp: det finns produkter men det glappar gentemot konsumenten.
- COOPs butiker: ekokött ej lagervara. Det krävs 2-3 veckors förbeställning. Jämför detta med konventionellt kött som endast kräver 2-3 dagars förbeställning.
- Den konventionella köttbristen gör att ekokött säljs som konventionellt.
- Ekoköttet är ej anpassat för nationella kampanjer. Det finns inte tillräckliga volymer för att täcka en kampanj i hela landet på en gång.
- Det finns en risk att förädlingsföretagens storskaliga strukturer och bristande engagemang för ekologiska produkter aldrig kommer att förändra sig.
- Problem för den småskaliga slakten: Stora kostnader för styckning och transport, för dyrt att köra enskilda produkter i små volymer.

Vad behöver göras?

- Titta på danska kampanjexemplet vad gäller ekologiska produkter. Hur ska ett budskap framföras utan att någon trampas på tårna? Mottot var "ett kött du kan lita på". Och argumenten var sakliga: "Inga bekämpningsmedel, inget GMO-foder, inga tillsatser eller färgämnen och kontrollerat hela vägen".
- I Skåne är inte slakterier problemet utan logistikutveckling behövs så att flera produkter kan samköras i transporter.
- Många kommer till slakteriet Ugglarp – hur kan detta nyttjas på bättre sätt? Kan de satsa på marknadsföring av ekologiskt kött i Skåne och därmed

ta på sig rollen som samordnare/marknadsförare. De har redan logistiken.

- Bygga alternativa distributionskanaler.
- Logistikutveckling behövs så att flera produkter kan samköras i transporter.
- Mer charkförädling.
- "Bonnakött" bör samarbeta med t.ex. grön & mjöl, restauranter, butiker, internetkonsumenter.
- Det krävs en kommunikatör som samordnar, styr och marknadsför logistiken i hela kedjan från gård/slakteri till konsument.
- Köttet ska vara basprodukter med hög kvalitet dvs. inte bara delikatesskött.
- Internetmarknad som komplement.
- Det bör vara spårbarhet i butik fram till gård.
- Slakterier som varumärken skapas? Är det problematiskt om ett slakteri ska marknadsföra ekologiskt samtidigt som de ska marknadsföra sitt eget konventionella varumärke? Eller kan slakteriets varumärke vara starkt och förtroendeingivande och kommunicera både lokalt och ekologiskt?
- Butiskampanjer med stort personalstöd, butikspersonalen är viktig för att marknadsföra till konsument.
- Finna en entreprenör som kan samordna och organisera logistiken i hela kedjan från producent till konsument.

Av vem?

- Organisation och samordning (projekt under EMC eller en privat entreprenör).
- Stöd till småskalig förädling för produktutveckling av charkvaror.
- Det finns en potential – ett 50-tal producenter i Skåne skulle kunna leverera till storhushåll, butik, Internet, restauranter.

Växtnäringscirkulation via biogas- produktion och återföring av rötresten på ekologisk växtodlingsgård - jämförelse med stallgödselproblematik

Diskussionsdeltagare

Birgitta Båth

Arne Jansson

Siri Caspersen

Bengt Engström

Bosse Börjesson

Thorsten R Pedersen

Charlott Gissén

Gunnar Svensson (ordförande, sekreterare)

Problem och möjligheter

I jämförelse med traditionell hantering av klippet från gröngödslingsvall, sockerbetsblast m.fl. växtrester, erbjuder insamling och rötning av denna biomassa klara fördelar:

- Minskad risk för ammoniakavgång från kvarliggande klöver/gräs från vallen, sockerbetsblasten m.m.
- Minskad risk att klippet som ligger kvar på vallen får en viss gödslingsseffekt, som kan reducera kvävefixeringen.
- Minskad risk för kväveutlakning om rötresten lagras över vintern och sprids till krävande grödor på våren.
- Biogödseln, med stor andel ammoniumkväve, kan ge krävande grödor en välbehövlig startgiva på våren.
- Biogödseln kan också användas för att öka chanserna att få bra proteinhalt hos brödvävet.
- Biogödseln blir den rena växtodlingsgårdens motsvarighet till stallgödsel för djurgården.
- Ett problem med biogödsel kan vara att näringsammansättningen inte passar alla grödor.
- En separering i en fast och en flytande fas kan för såväl biogödseln som stallgödseln erbjuda fördelar med en fosforrikare fast fas och en kväverik flytande.
- Separeringen kan också erbjuda fördelar i en flexibel spridning av de olika faserna; den flytande kan pumpas ut via bevattningsanläggning.

- Biogasframställningen från biomassa erbjuder det ekologiska jordbruket en väg att ta sin del av ansvaret för de viktiga energifrågorna i ett hållbart samhälle.
- Biogasproduktionen erbjuder ekjordbruket en välbehövlig extra inkomstkälla.

Behov av forskning och utveckling inom området

- Lämpliga råvaror för biogasproduktion i eko-jordbruket; vilka ger kravgodkänd biogödsel?
- Logistik – biogasproduktionsanläggningens storlek? Gårdsanläggning eller koncentration till större anläggning?
- Utveckling av biogasanläggningar, LTH, JTI, näringen, samarbete!
- Test av råvaror, skördetid och teknik, SLU.
- Separering i fast och flytande fas. Spridningsteknik.
- Hantering av gasen, el/värmeproduktion, förädling till fordonsgas. Företaget Eons utveckling av mobil anläggning.
- Test av rötrest/biogödsel i olika grödor, olika faser, sanitetsproblematiken om humanavfall finns med i kedjan.
- Test av biogödselns positiva kvalitetseffekter och eventuella negativa, gröningshämmande, effekter.
- Möjligheten till tungmetallrening i biogasproduktionskedjan.
- Utfällning av Cd i "grön njure", LTH!

Hur ska uthålliga och miljömässigt acceptabla ekologiska produktionssystem för de enkelmagade djuren utformas?

Diskussionsdeltagare

Anne-Charlotte Olsson

Gunnela Gustafsson

Hans von Wachenfelt (sekreterare)

Idisslarna passar i många avseenden bättre i ekologisk djurhållning än de enkelmagade djuren. Trots detta finns en tydlig strävan från bl.a. politiker- och konsumenthåll att öka den ekologiska produktionen av sådana produkter som de enkelmagade djuren står för. Svin och fjäderfä tillhör de enkelmagade djurslagen och behöver fodermedel, som är välbalanserade med avseende på aminosyrenehållet för att växa optimalt. I ekologisk uppfödning tillåts inte användning av artificiella aminosyror eller fiskprotein för att balansera fodret vilket medför att djuren måste "överutfodras" med avseende på proteiner för att uppnå tillräcklig mängd av vissa essentiella aminosyror. Denna "överkonsumtion" medför större mängd utsläpp av N/ djur och stallyta respektive bete/ rastyta utomhus vilket i sin tur medför större förluster av växtnäringssämnen till mark och luft. Kraven på 100 % ekologiskt foder år 2013 kommer att öka problemet ytterligare.

Enkelmagade djur har begränsad förmåga att näringsmässigt utnyttja fodermedel med högt innehåll av växtråd (bete, hö, ensilage o.d). Trots detta ställs krav på att de enkelmagade djuren ska ha tillgång till bete sommartid och grovfoder vintertid. Diskussionerna om inhysningsformerna för enkelmagade djur är långt ifrån avslutade. Ren utedrift har visat sig innebära stora nackdelar för både djur och arbetskraft framförallt vintertid och för att få den volymökning som eftersträvas krävs mer effektiva produktionssystem. För att få en volymökning av den ekologiska slaktsvinsproduktionen i Sverige betyder detta uppfödning i byggnad och inte utomhus i hyddor. Kombinationen stall/betesdrift är dock inte utan målkonflikter.

Eftersom gödselmedel är en bristvara i ekologisk produktion är en jämn gödsel fördelning från grisarna önskvärd för att optimalt kunna användas av nästkommande gröda i växtföljden. Att placera ett stall

så att utomhusarealer i form av rasthagar, om än små blir lätt tillgängliga år från år är svårt utan att transportavstånden ut till rasthagarna blir komplicerade och långa med få besök av grisar som resultat. Sker utfodringen inomhus finns inte samma motivation hos grisarna att ta sig ut för födosök. Alternativt skulle då utfodring och förläggning av grisarna ske utomhus i rasthagar sommartid, men det innebär dubbla inhysningssystem.

Därtill kommer att ytan/djur i ekologisk produktion är 2-3 gånger större än vid konventionell produktion, vilket medför större exponering av gödsel för luft och regnvatten. Med ökad ytutdelning/djur uppstår ofta renlighetsproblem på i första hand utomhus rastytor vilket medför manuellt merarbete för personal. Någon effektiv lösning på utgödslingarbetet på utomhusytorna har hittills inte framkommit.

Kravet på att gödselburna smittor inte ska överföras från box till box hos växande djur innebär att separat avskiljning av gödseln boxvis är önskvärd, exempelvis upphöjd spalt eller spaltgolv med underliggande gödselgång för borttransport av gödsel. Sådana lösningar är svåra att tillämpa i kallare klimat om utomhusytan inte ryms innanför byggnadsskalet.

Vad behöver göras?

Både en större helhetssyn i framtida projekt, som bör leda fram till olika typer av systemlösningar, men också en fokusering på tydliga problemområden såsom miljöpåverkan och foderoptimering vid ekologisk produktion med enkelmagade djur.

Av vem?

Av forskare, producenter (näringsen) och politiker i samarbete.

