



»Satsningen på økologisk produktion i fremtiden kræver innovative løsninger i produktionen, i forarbejdningen og i afsætningen. Derfor har vi iværksat en analyse, som skal klarlægge de fremtidige muligheder for udvikling og markedsbaseret vækst i den økologiske sektor,« siger fødevareminister Hans Chr. Schmidt.
Foto: Polfoto

Hvidbog på vej om vækst i økologi

Fødevareministeriet har iværksat en analyse, en slags hvidbog som skal afdække muligheder og barrierer for fortsat vækst i den økologiske sektor, og udredningsarbejdet bliver foretaget hos Forskningscenter for Økologisk Jordbrug og Fødevarer-systemer

AF MARIE-LOUISE
MARTENS DEICHMANN

Med vækstrater på 30 til 40 procent på produkter som frugt og kød har den økologiske sektor været beruset af et gedigent opsving de sidste par år. Nu har rusen lagt sig, og det er tid til at afdække mulighederne for at fortsætte den økologiske succes.

»Det er nu, vi skal planlægge fremtiden, så vi udvikler den økologiske produktion i Danmark og fastholder det danske forspring. Derfor er det altafgørende at kende forbrugernes ønsker og udviklingen i den økologiske produktion både herhjemme og i udlandet. Satsningen på økologisk produktion i fremtiden kræver innovative løsninger i produktionen, i forarbejdningen og i afsætningen. Derfor har vi iværksat en analyse, som skal klarlægge de fremtidige muligheder for udvikling og markedsbaseret vækst i den økologiske sektor,« siger fødevareminister Hans Chr. Schmidt. Samarbejdet mellem Fødevareministeriet og Forskningscenter

for Økologisk Jordbrug (FØJO) skal munder ud i en række rapporter til efteråret 2008, hvis primære formål er, at det økologiske opsving skal komme danske producenter til gode.

Markedsanalytikere forventer, at efterspørgslen på økologiske varer bliver fordoblet inden 2015. Erik Steen Kristensen, centerleder hos FØJO, mener, at det danske landbrug har potentiale til at imødekomme denne fordoblede efterspørgsel.

»Umiddelbart har vi gode muligheder i primærsektoren, men det forudsætter, at sektoren er interesseret i at øge den økologiske produktion, og at den dernæst kan gøre det ordentligt. Ellers kan det hurtigt udvikle sig i en uheldig retning. Med denne hvidbog, der samler og analyserer al den viden, vi har om økologi, kan sektoren blive klædt bedre på til de kommende udfordringer,« fortæller Erik Steen Kristensen.

To store udfordringer

»To udfordringer træder særligt i øjnene, når vi kigger på vækstmulighederne for den økologiske produktion. Den ene er, om Danmark selv kan imødekomme efterspørgslen på økologi og konkurrere med priserne på importerede varer, og den anden er, om vi samtidig kan bevare de økologiske værdier,« fortsætter Erik Steen Kristensen.

Selv om FØJO er på hjemmehavne med projekter, hvor en forskergruppe samler og analyserer viden, er dette projekt det hidtil største, centret har givet sig i kast med. Derfor er forskerne inddelt i fire separate arbejdsgrupper på tværs af organisationer, som for eksem-

pel også inddrager eksperter fra Landbrugsrådet og Økologisk Landsforening.

Grupperne beskæftiger sig henholdsvis med følgende fire emner:

- Efterspørgsel, forbrugerholdning og forbrugeradfærd
- Husdyrproduktion og animalske produkter
- Planteproduktion, vegetabiliske produkter og miljøforhold
- Markedsdannelse og globalisering

»Det, vi vil lægge vægt på først, er at få en rimelig forståelse for den økologiske forbruger, og i den arbejdsgruppe sidder der derfor en række sociologer. Men det er også vigtigt på et tidligt tidspunkt i projektet at få et overblik over det økologiske marked historisk set, for den viden skal vi bruge til at afdække potentialet. Hvor mange

hektar jord har vi mulighed for at inddrage, og hvor mange køer har vi?« forklarer Erik Steen Kristensen.

Udkast klar til efteråret

FØJO's arbejdsgang med analysen foregår for åbne døre. Allerede fra efteråret 2007 vil forskerne lægge de første udkast til fremtidsscenarioer og strategier ud på projektets hjemmeside. Via et online-debatforum kan forskere, eksperter, virksomheder og organisationer kommentere de forskellige forslag løbende. Hensigten er, at alle interesserede kan følge med i arbejdet.

27. september 2007 afholder FØJO og Fødevareministeriet det første af to stormøder, hvor alle interessenter kan diskutere den foreløbige analyse. Det

foregår over to dage, hvor den første dag byder på åben debat, mens andendagen foregår i arbejdsgrupper.

»Hos FØJO taler vi simpelt hen om tiden før og efter den 27. september. Op til skal vi samle så meget viden og evidens som overhovedet muligt, og vi skal kigge bredt på vækstmulighederne. På mødet sker den egentlige selektion, hvor aktørerne er med til at udvælge og prioritere de emner, der er værd at bruge yderligere ressourcer på,« fortæller Erik Steen Kristensen.

Han har erfaring for, at denne metode, hvor eksperter og forskere sammen bliver konfronteret med forskellige synspunkter, fremskynder arbejdsprocessen. Derfor er det et realistisk mål, at hvidbogen ligger færdig i form af en række rapporter om et år.

Tre hovedstrategier

På nuværende tidspunkt forholder FØJO sig til tre overordnede strategier, som repræsenterer meget forskellige muligheder for den økologiske produktion i fremtiden.

1. En hovedstrømsstrategi. Denne strategi sigter efter at fortsætte som hidtil, hvor det økologiske landbrug vokser efter de samme principper som det konventionelle landbrug.

»Hovedstrømsstrategien er den, vi ser en tendens til i den økologiske mælkesektor lige nu, hvor mælken også har fået plads på hylderne i discountbutikkerne. Det har åbnet for en helt ny målgruppe af økologiske forbrugere, og det er i sig selv positivt. Men i produktionen af denne mælk er der risiko for, at landmændene bliver for ivrige og ikke kan følge med for

eksempel kravene om afgrænsning,« påpeger Erik Steen Kristensen.

2. En alternativ bevarende strategi. Den er ekstrem i modsat retning af hovedstrømsstrategien, da den går tilbage til »rødderne« og fastholder strenge økologiske principper, som blandt andet sætter spørgsmålstegn ved, om man kan tillade, at økologiske produkter bliver udbudt i supermarkederne.

3. En alternativ innovativ strategi. Denne er et ægteskab mellem de to foregående. Her går nytænkning om storproduktion hånd i hånd med de stolte økologiske principper. Denne strategi bygger på ny viden og kræver derfor integrering af helt nye teknikker i produktionen. malou