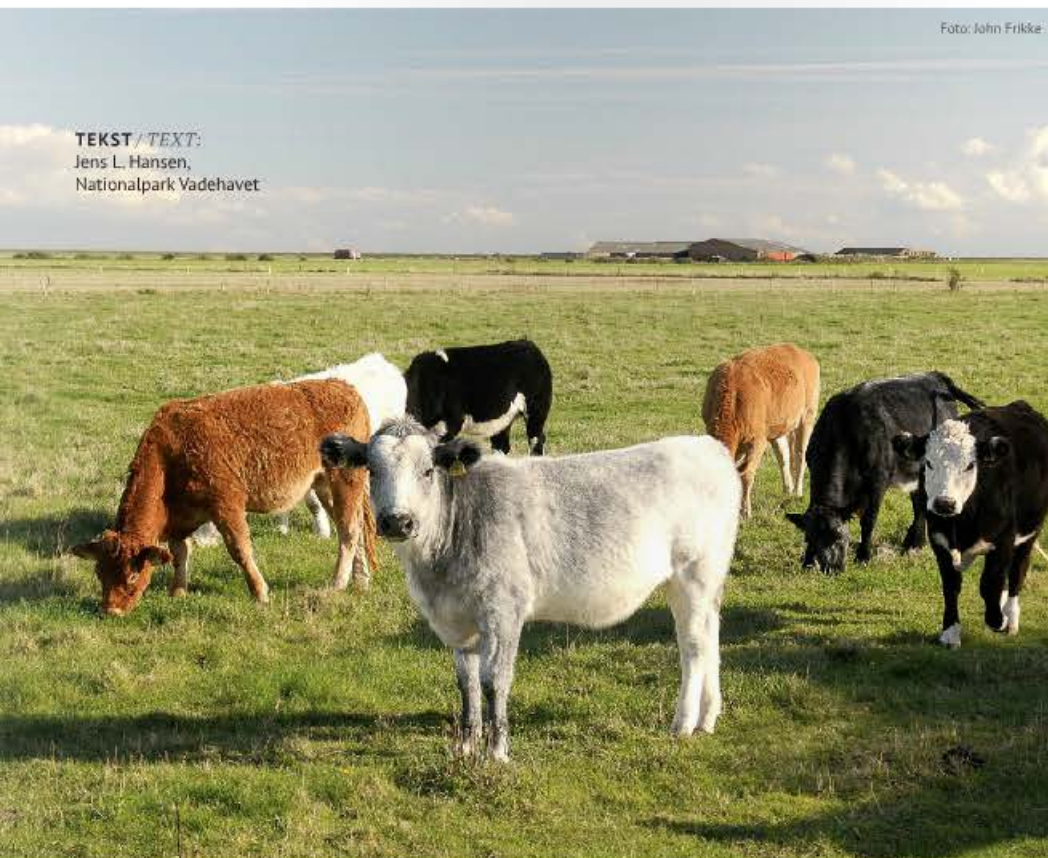


TEKST/TEXT:
Jens L. Hansen,
Nationalpark Vadehavet

Foto: John Frikke



Nationalpark-kød har et stort potentiale

/ Nationalpark-Fleisch besitzt viel Potenzial

De tre jyske nationalparker samarbejder om at skabe et fælles brand for oksekød. SEGES, Videncenter for Landbrug, ser store muligheder for producenterne, men der er også udfordringer.

Die drei Nationalparks in Jütland arbeiten gemeinsam an einer Marke für Rindfleisch. Das dänische Wissenscenter für Landwirtschaft, SEGES, sieht große Chancen für Erzeuger – aber auch Herausforderungen.



Foto: Red Star

Blandt Nationalpark Vadehavets partnere er en række producenter af fødevarer, som har lov til at bruge nationalparkens logo. Producenterne har efter vurdering hos nationalparken opnået godkendelse til at anvende logoet på helt konkrete produkter, som samtidig må markedsføres som et nationalparkprodukt. Lignende ordninger findes i de to øvrige jyske nationalparker, Nationalpark Thy og Nationalpark Mols Bjerger.

Fælles for disse producenter er, at de ligesom familien Slaikjær i Ho har en forholdsvis lille produktion, og at de sælger direkte til kunderne. Men hvis producenterne kan finde sammen, åbner der sig muligheder for at opnå aftaler med grossister og dagligvarekæder – og dermed for salg af betydeligt større omfang.

Med fokus på blandt andet oksekød har Nationalpark Vadehavet og kollegerne fra Thy og Mols indledt et samarbejde om at skabe en slags overbygning på den produktion, der allerede nu finder sted i de tre nationalparker. I den forbindelse har man allieret sig med SEGES, Videncenter for Landbrug, der har det som sin primære opgave at identificere de forretningsmæssige potentialer i landbruget. Og potentialet er stort, fastslår Gustaf Højriis Bock, der er chefkonsulent hos SEGES.

– Helt konkret vurderer vi, at der kan etableres en produktion på 3000 stykker kvæg årligt i de tre nationalparker, siger Gustaf Højriis Bock og tilføjer, at cirka tre fjerdedele vil komme fra vadehavsområdet.

DER SKAL FORARBEJDNING TIL

At opnå en tilstrækkelig stor volumen er dog kun en af udfordringerne, hvis skal gå fra en afsætning baseret på kunder i lokalområdet til en national afsætning. Der skal også en bedre og bredere produktportefølje til, end når man „kun“ sælger kødet som hele, halve eller kvarte dyr – altså en forarbejdning, forklarer seniorkonsulent hos SEGES, Randi Friis Hansen. Hun peger desuden på to konkrete spørgsmål, som der skal findes svar på.

Det ene er at få undersøgt, om der er økonomi for landmændene i at være med til at udvikle et fælles nationalparkprodukt, og det andet er at få klarlagt, hvem der skal stå for udviklingsarbejdet, udarbejde konceptet, organisere landmændene og etablere et set up med slagterierne.

Disse spørgsmål arbejder nationalparkernes bestyrelser i skrivende stund på at få besvaret.

Hvis det lykkes at komme i mål med disse spørgsmål, vil det ikke kun være landmændene, som vil få udbytte. For Nationalparkerne vil det betyde, at man får opfyldt et ønske om mere afgræsning/naturpleje på en række arealer, og på andre – i dag opdyrkede arealer – vil man kunne overgå til en mere ekstensiv og dermed naturvenlig drift. Det vil blandt andet kunne gavne fuglelivet – og i det hele taget øge naturværdien i nationalparkerne. X

Under den partnerskab af Nationalparks Wattenmeer sind mehrere Lebensmittelproduzenten, die das Logo des Nationalparks verwenden dürfen. Nach Überprüfung ihrer Spezialitäten dürfen die Erzeuger das Logo mit Zustimmung des Nationalparks für bestimmte Produkte einsetzen und die Produkte dann als ein „Nationalparkprodukt“ vermarkten. Ähnliche Regelungen gibt es in den beiden anderen Nationalparks in Jütland, dem Nationalpark Thy und dem Nationalpark Mols Bjerger.

Für alle Erzeuger gilt – wie im Fall der Familie Slaikjær in Ho –, dass sie eine relativ kleine Produktion haben und Direktvermarkter sind. Tun sich die Produzenten aber zusammen, eröffnen sich Möglichkeiten, Vereinbarungen mit Großhändlern und Supermarktketten zu treffen – und damit die Chance auf einen deutlich höheren Verkauf.

Mit dem Schwerpunkt auf Rindfleisch haben der Nationalpark Wattenmeer und die Kollegen aus Thy und Mols gemeinsam begonnen, eine Art „Überbau“ für die Erzeugung zu schaffen, die es schon jetzt in allen drei Nationalparks gibt. In diesen Prozess wurde auch SEGES eingebunden, das dänische Wissenscenter für Landwirtschaft. Hauptaufgabe des Instituts ist es, neue Geschäftsmodelle in der Landwirtschaft auszuloten. „Und das Potenzial in diesem Fall ist groß“, unterstreicht Gustaf Gustaf Højriis Bock, Chefberater bei SEGES.

„Unserer Einschätzung nach ließe sich in den drei Nationalparks eine Produktion von 3000 Rindern im Jahr einrichten“, sagt Gustaf Højriis Bock. Und er fügt hinzu, dass rund drei Viertel der Tiere aus der Wattenmeerregion kommen würde.

VERARBEITUNG GEHÖRT DAZU

Eine hinreichend große Fleischerzeugung ist aber nur eine der Herausforderungen, die es auf dem Weg von einem Direktverkauf an lokale Kunden zu einem landesweiten Absatz zu meistern gilt. „Auch ein besseres und umfassenderes Produktangebot ist wichtig, wenn ein Erzeuger nicht „nur“ das Fleisch als ganzes, halbes oder viertel Tier verkaufen möchte – es geht also um Verarbeitung“, erklärt Seniorberaterin Randi Friis Hansen von SEGES. Sie umreißt darüber hinaus zwei konkrete Fragen, auf die Antworten gefunden werden müssen.

Zum einen müsse untersucht werden, ob es sich für Bauern wirtschaftlich rechnet, bei der Entwicklung eines gemeinsamen Nationalparkproduktes dabei zu sein. Zum anderen müsse geklärt sein, wer die Entwicklungsarbeit leistet, ein Konzept ausarbeitet, die Zusammenarbeit zwischen den Erzeugern koordiniert sowie Vereinbarungen mit Schlachthöfen trifft.

Auf diese Fragen suchen die Aufsichtsräte der Nationalparks zurzeit Antworten.

Gelingt es, auf die Fragen passende Antworten zu finden, dürfen sich nicht nur die Bauern über einen Mehrwert freuen. Denn für die Nationalparks bedeutet es zum einen, den Wunsch nach mehr Weideflächen und damit Naturpflege erfüllt zu bekommen. Zum anderen können heute intensiv genutzte Flächen weniger extensiv und damit naturnäher genutzt werden.

Dies käme unter anderem dem Vogelleben zugute – und würde den Wert der Natur in den Nationalparks insgesamt erhöhen. X