

Formiddagsseminar 18. december 2018

Markedsføring af økologi og bæredygtighed

Noget at leve af. Noget at leve for.

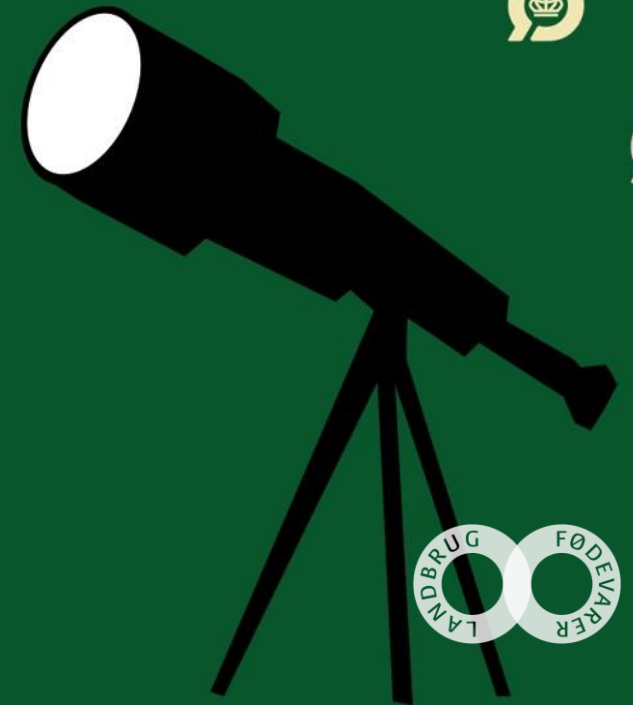
Fonden for **økologisk landbrug**



Velkommen

v/ Kirsten Lund Jensen, Økologichef, Landbrug & Fødevarer

Noget at leve af. Noget at leve for.



Økologi og bæredygtighed i primærproduktionen - hvad gør vi?

v/ Gustaf Bock, Chefkonsulent hos SEGES

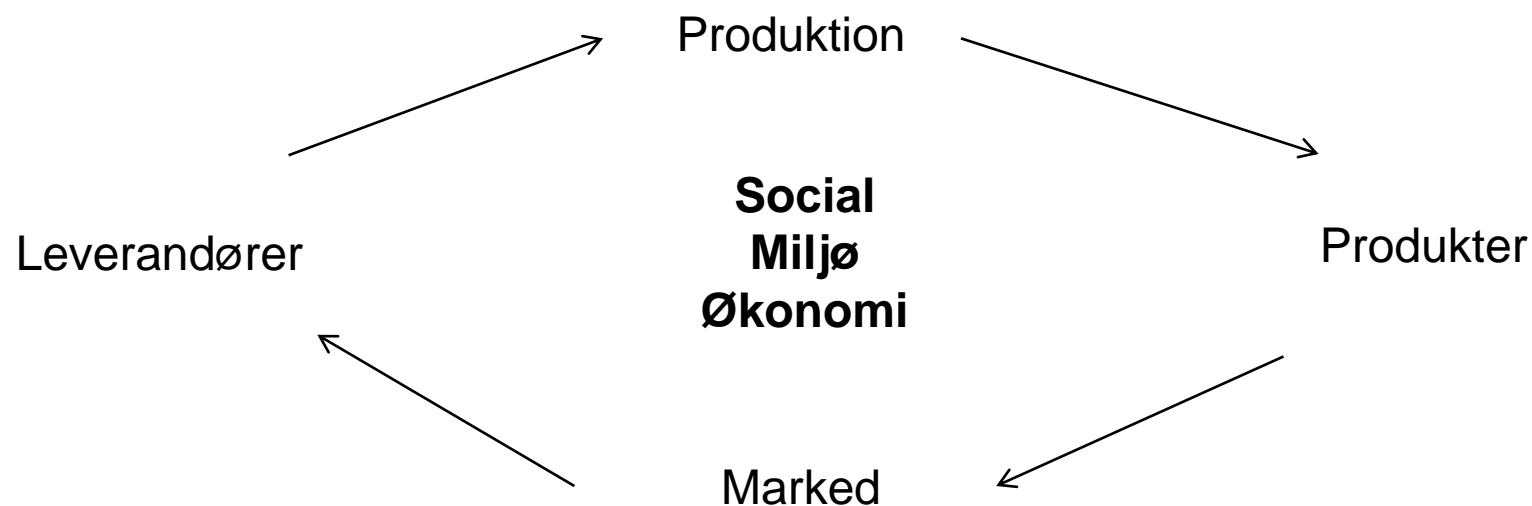
Noget at leve af. Noget at leve for.



Bæredygtighed som begreb

"En bæredygtig udvikling er en udvikling, som opfylder de nuværende behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare."

Brundtland.



Noget at leve af. Noget at leve for.



RISE – International godkendt metode

Måling, forbedring, og fremtoning af bæredygtig **udvikling** i den økologiske landbrugsbedrift

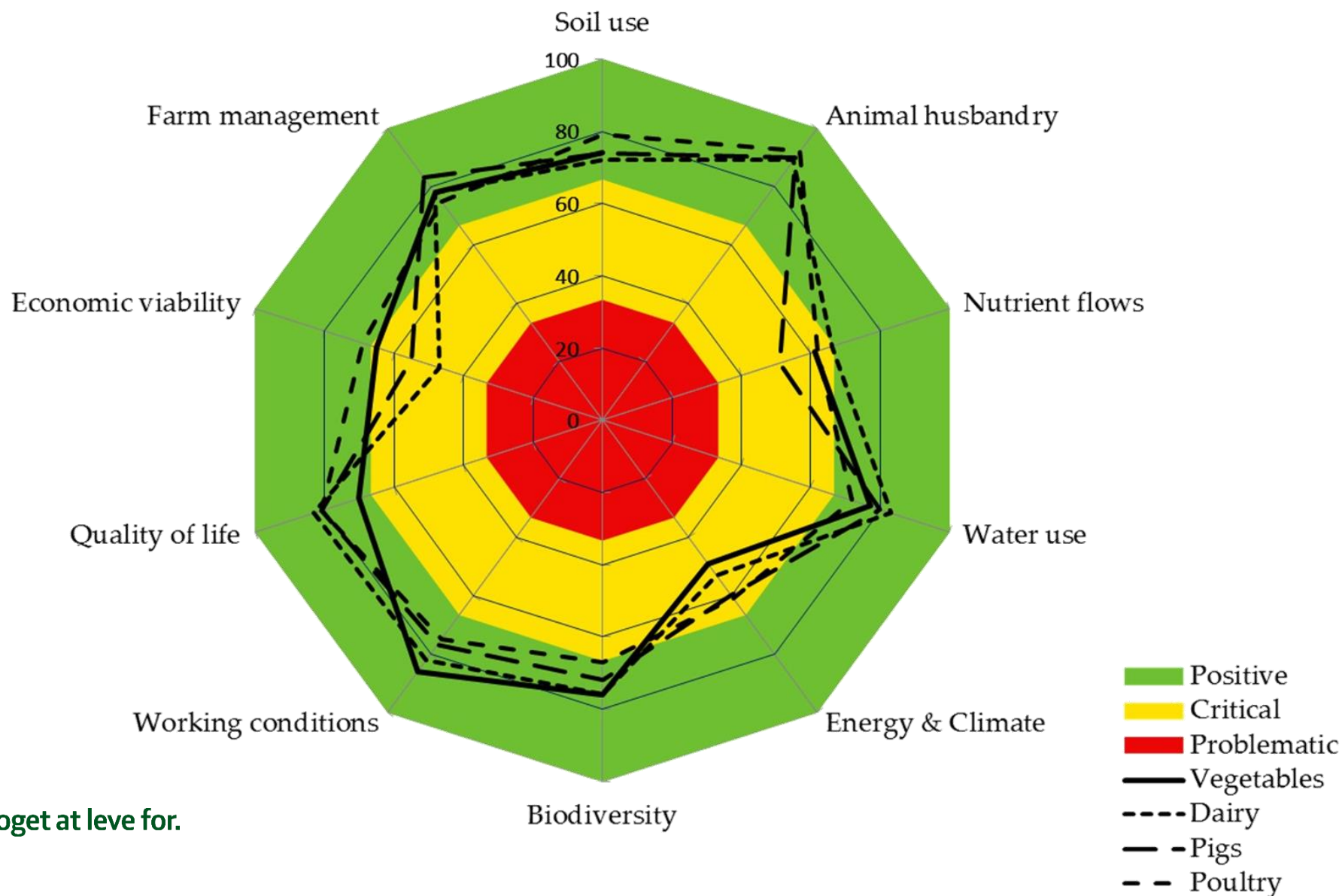
Bidrag til og dokumentér en bæredygtig
udvikling af bedriften

Skab gennemsikuelighed i
produktionsmetoder i forhold til
bæredygtigheds mål og delmål og se det
som helhedsbetragtning

Noget at leve af. Noget at leve for.



RISE - Vi kan og vil måle bæredygtighed på vores økologiske landbrug og sætter mål for at skabe forbedringer



Noget at leve af. Noget at leve for.



10 temaer, 42 indikatorer

Mange af disse indikatorer beregnes ud fra data som findes i databaser:

FX Årsrapporten, regnskabet

FX Mark-online, gødningsregnskab, ha ansøgning

FX Produktsalg, Landmand.dk, kvægdatabase, veterinærrapport

FX Markkort, Jordprøver

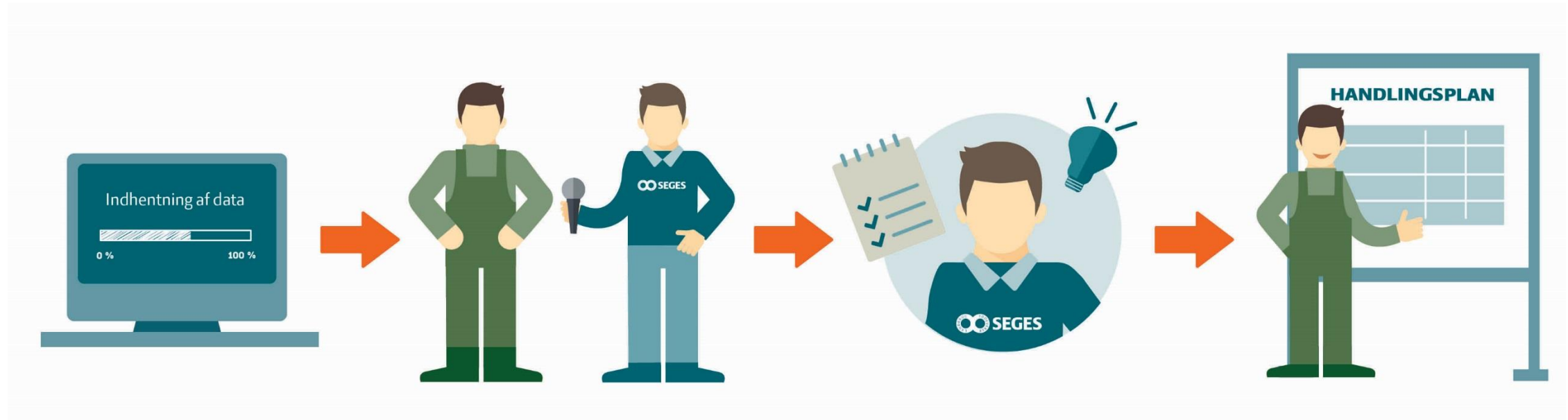
SEGES arbejder på at lave en "DATA Warehouse"

Mulighed for sammenligning /benchmarking

Noget at leve af. Noget at leve for.



Proces: RISE analysen består af 4 dele



Forberedelsen,
SWOT, indhentning
af data. Delvis
automatisk.
Tager 4 timer

Bedriftsbesøg
Interview
Tager mindst 4 timer

Beregning
Rapportskrivning
Kontorarbejde
Konsultere kolleger.
Tager mindst 4 timer

Præsentation på bedriften
Diskussion
Aftaler om udviklingsforløb

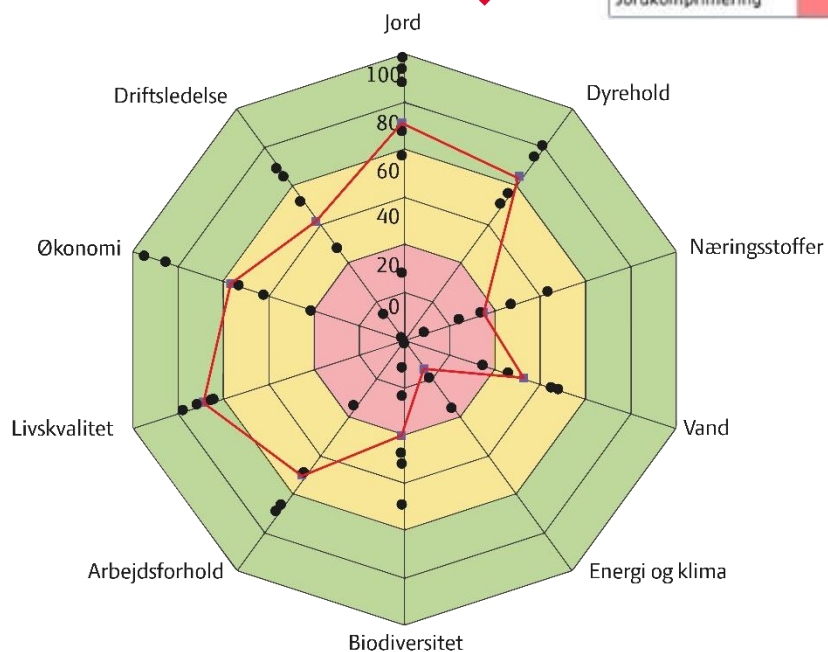
Noget at leve af. Noget at leve for.

Processen gentages hvert 3 år



RISE metodens opbygning

Tekst	Værdi	Enhed
Jord management	67	Point
Planteproduktivitet	54	Point
Organisk stof i jorden	95	Point
Reaktionstal	100	Point
Jorderosion	84	Point
Jordkomprimering	20	Point



Jord management	Point	67	
Tab af landbrugsareal i de seneste 10 år	Point	100	
Andel af tabte områder af det samlede landbrugsareal	%		0.0
Landbrugsareal tabt i de sidste 10 år (jordforøgelse pga rehabilitering = negativ værdi)	ha		0.0
Landbrugsareal (AA) i ha	ha		51.4
Viden og opdateret information om jordens frugtbarhed	Point	33	

Viden og opdateret information om jordens frugtbarhed	Point	33	
Udførelse af regelmæssige jordbundsanalyser og anvendelse af resultaterne i gødskningsplanlægning			Nej
Beregning af humus balancer og anvendelse af resultaterne i gødsknings i dyrkningsplanlægningen			Nej
Beregning af næringsstofbalancer (N & P) og anvendelse af resultaterne i gødskningsplanlægningen			Ja

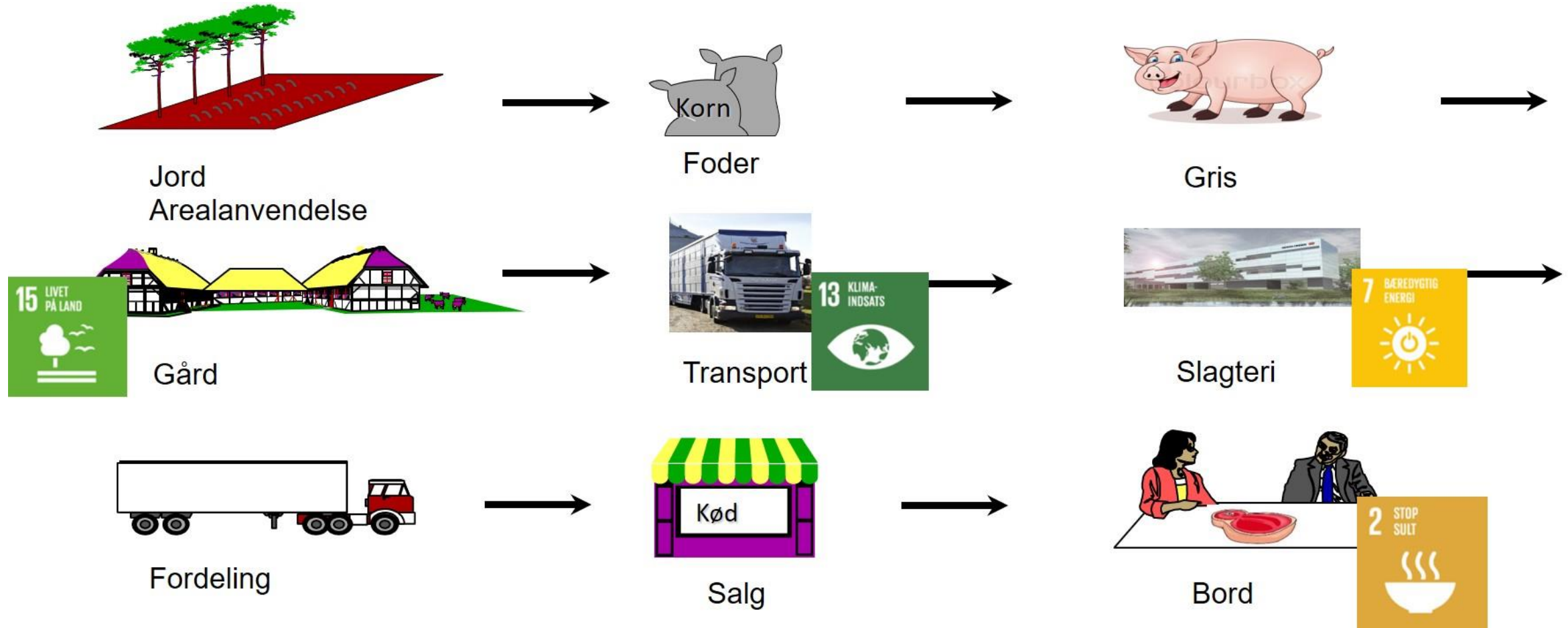
Planteproduktivitet	Point	54	
Udbytniveau i planteavl (min. 0, max. 100)	Point	54	
Areal med produktive afgrøder (kumulativ)	ha		51.7

Jordkomprimering	Point	20	
Observation af skadelig jordpakning i de seneste år			Ja
Anvendelse af maskiner med hjulbelastning > 2,5 tons			Ja
Tunge maskiner kører på dyrket jord, der indeholder over 25 masseprocent af ler.			Nej
Tunge maskiner kører på våd jord på dyrket jord			Ja
Intensiv dyrkning (f.eks pløjning, rodfrugter) af sådanne jorde (lerindhold > 25%, kørsel under våde forhold).			Ja
Implementering af jordbevarelsesforanstaltninger ved brug af tunge maskiner			Ja
Iværksættelse af foranstaltninger til at øge jordens stabilitet ved brug af tunge maskiner			Ja

Noget at leve af. Noget at leve for.



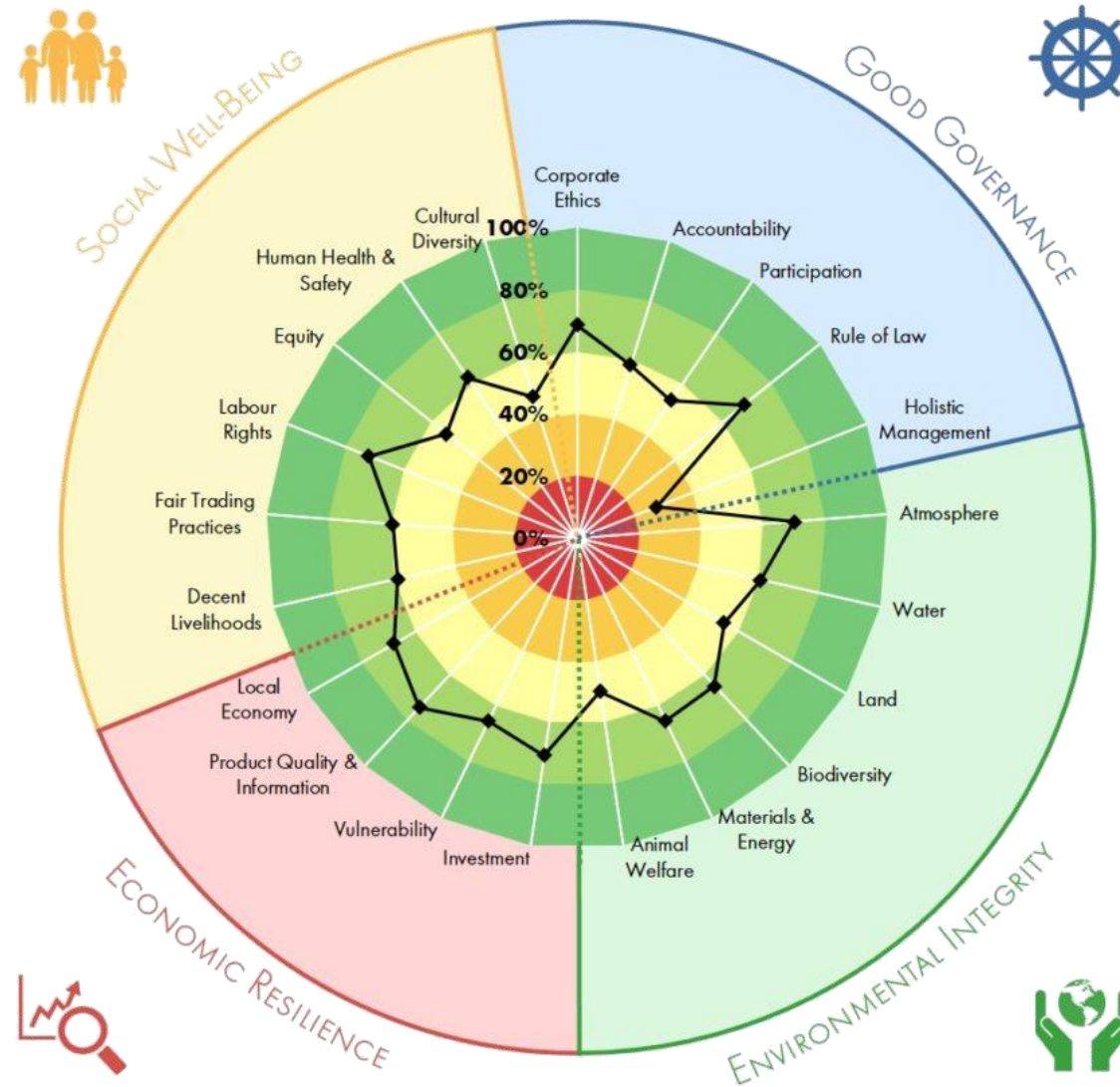
Værdikædeperspektiv – bæredygtig udvikling



Noget at leve af. Noget at leve for.



SMART - Vi kan også måle bæredygtighed i fødevarerproduktion (produktion, grossister, detail, foodservice)



Noget at leve af. Noget at leve for.



Tak

gub@seges.dk

Noget at leve af. Noget at leve for.



Bæredygtighed i et forbrugerperspektiv

*Har nutidens forbrugere styr på bæredygtighed?
Og hvor er økologien midt i en bæredygtighedsdagsorden?*

v/ Nina Preus, forbrugersociolog

Noget at leve af. Noget at leve for.



Hvad har jeg med til jer i dag?

Kvalitativ undersøgelse: Økologi og bæredygtighed blandt Idealister, der ofte eller altid køber økologi

(dybdeinterview, okt. 2016)

Kvantitativ undersøgelse om bæredygtighed blandt 18-70 årige, der deltager i husstandens indkøb

(maj 2017, n=1018)

Indsigter fra trendanalyser (2016-2018)

Indsigter ny kvalitativ undersøgelse om bæredygtigt forbrug

(sep-okt 2018, mobiletnografi og fokusgrupper)

Noget at leve af. Noget at leve for.



3 vigtige trends lige nu kan alle forklares med ønsket om at have et mere bæredygtigt forbrug



Intet spild

"Clean life" downsizing og mådehold
Forhindring af spild og forurening
Bedre udnyttelse af ressourcer
Opgør med pakkestørrelser og emballageforbrug

Forbrug med hjertet

Bevidsthed om produktionsforhold
Lyst til at gøre en forskel
Omsorg for dyr og mennesker
Vis ansvar: Hvad gør du godt i verden?
Ansvarlighed bliver license to produce

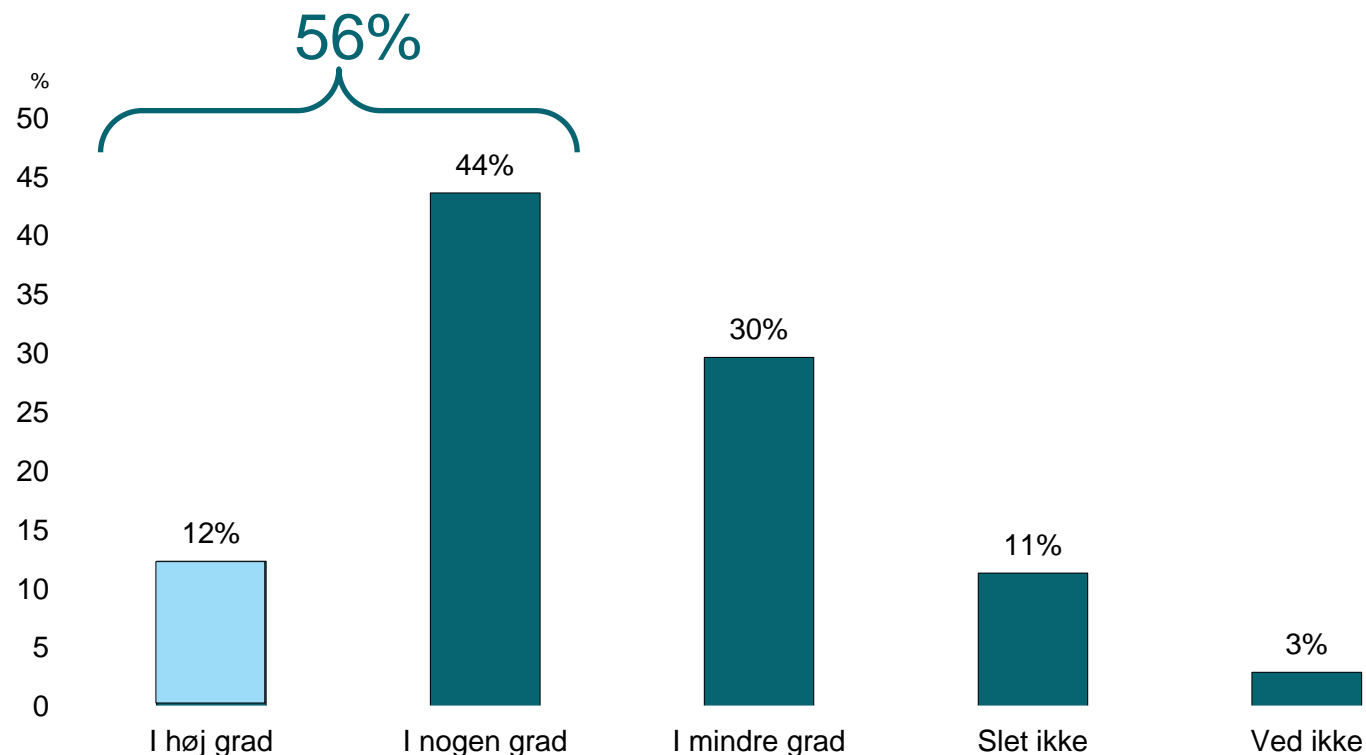
Nybrud og opbrud

Nysgerrighed, opgør med vanetænkning
Y-tallerkenen 'gone wild'
Plantebaseret mad
"Lidt men godt" tankegang

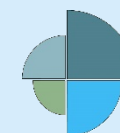
Noget at leve af. Noget at leve for.



Over halvdelen af forbrugerne tænker i nogen eller høj grad over bæredygtighed ved køb af mad og drikke



Hvem tænker i høj grad over bæredygtighed?



Idealister (27 pct.)



Trendsætter/FutureShaper (29 pct.)
Early Adopter (24 pct.)



Videregående udd. ≤ 3 år (22 pct.)
Videregående udd. > 3 år (16 pct.)

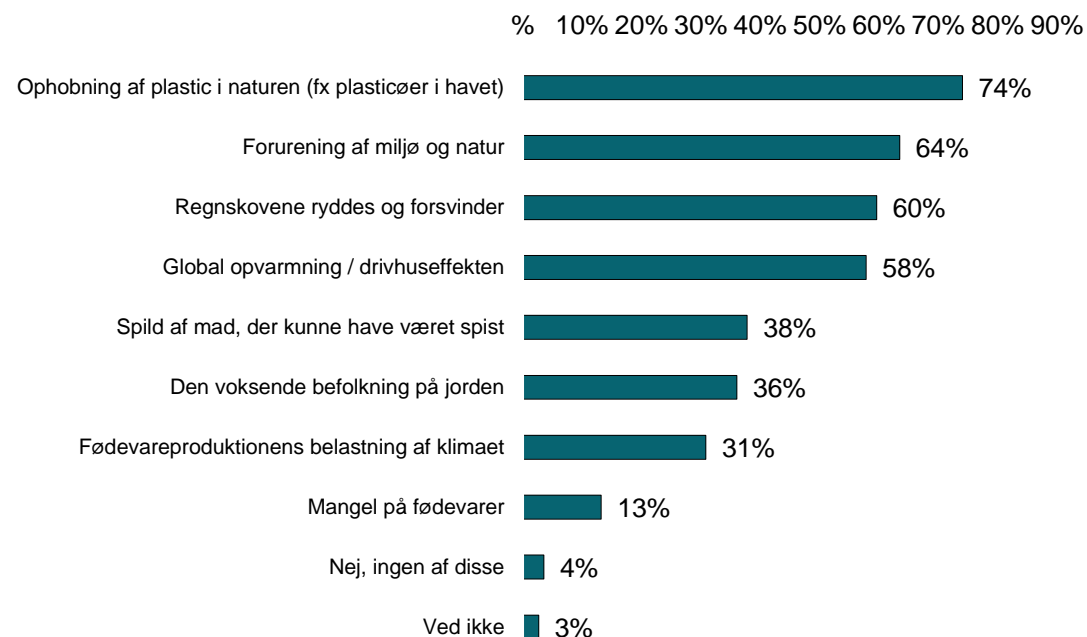
Kilde Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer, 2017. Base: 1.018 respondenter, heraf Idealister (242), FutureShapers (103), Early Adopters (190), Videregående uddannelse til og med 3 år (63), Videregående uddannelse længere end 3 år (431)
Spørgsmål: I hvor høj grad tænker du over bæredygtighed, når du køber mad og drikke?

Noget at leve af. Noget at leve for.

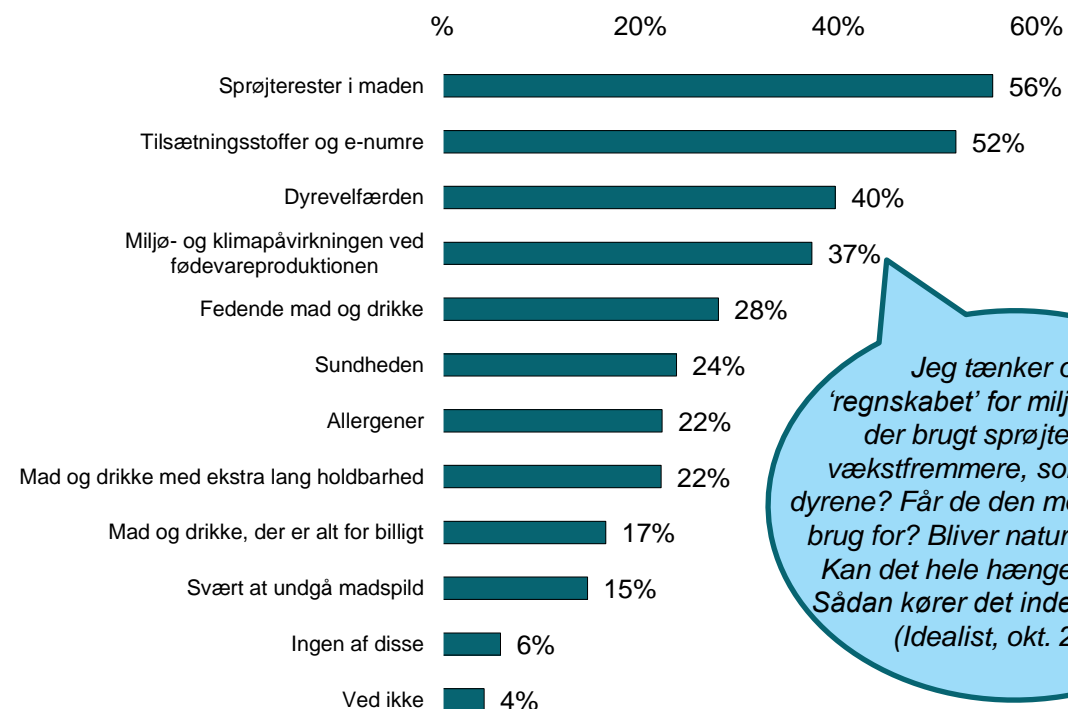


Forbrugerne er bekymrede – og de, der i høj grad tænker over bæredygtighed, er mere bekymrede end gennemsnittet...

Nogen vil mene, at verden kan stå over for nedenstående udfordringer de næste 10-15 år... er der nogle af disse, som du selv er særligt bekymret over?



Er der nogle af disse, du er særligt bekymret over i forhold til mad og drikke?



*Jeg tænker over 'regnskabet' for miljøet. Bliver der brugt sprøjtegifte og vækstfremmere, som belaster dyrene? Får de den medicin, de har brug for? Bliver naturen forgiftet? Kan det hele hænge sammen? Sådan kører det inde i hovedet.”
(Idealist, okt. 2016)*

Kilde Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer, 2017. Base: total 1.018. Spørgsmål: Nogle vil mene, at verden kan stå overfor nedenstående udfordringer de næste 10-15 år. Er der nogle af disse, som du selv er særligt bekymret over?

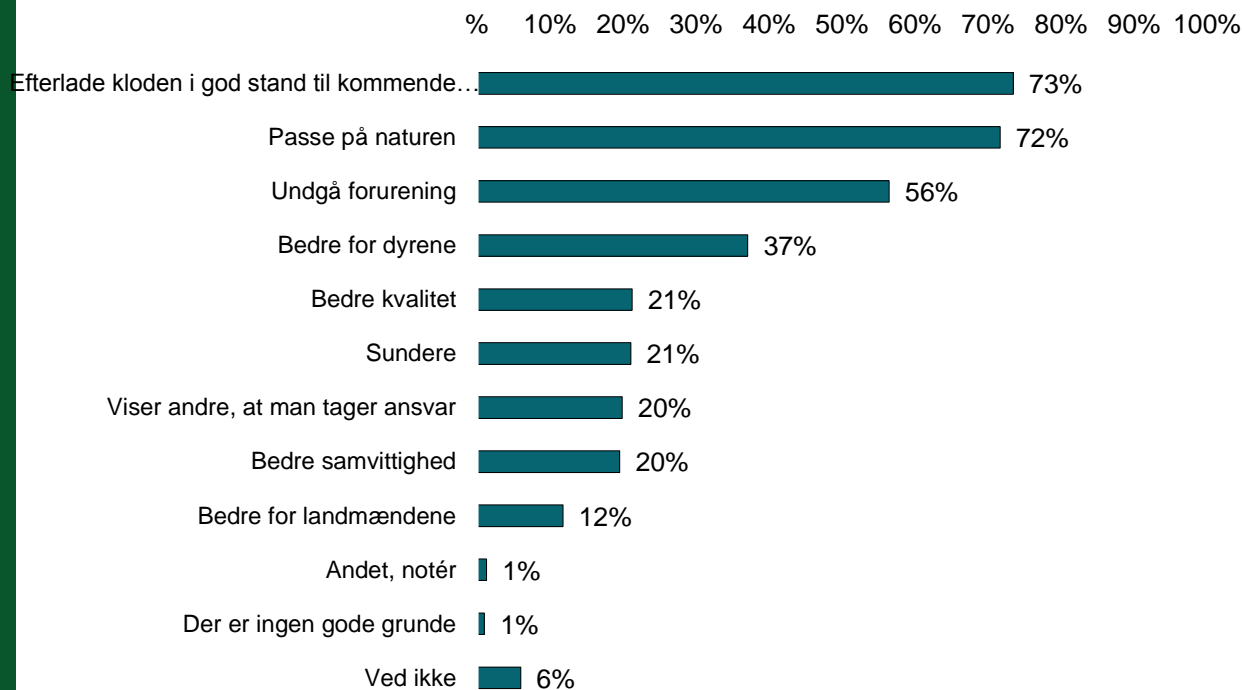
Kilde Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer, 2017. Base: total 1.018. Spørgsmål: Er der nogle af disse, du er særligt bekymret over i forhold til mad og drikke?

Noget at leve af. Noget at leve for.

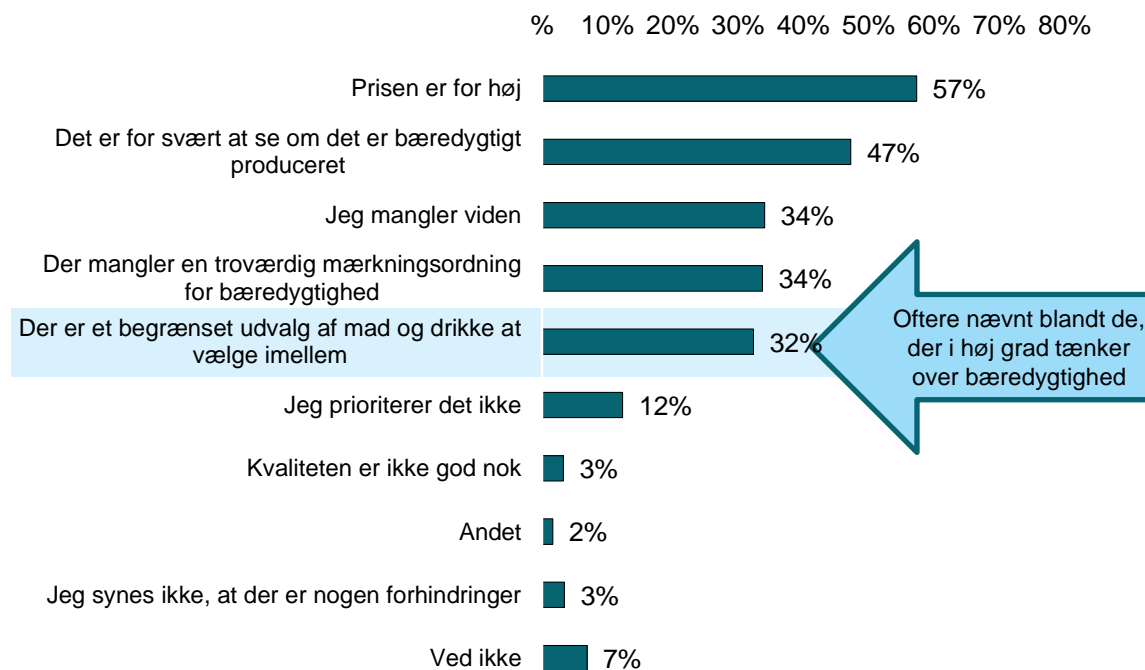


Der er mange gode grunde til at have et mere bæredygtigt fødevarerforbrug – men også forhindringer

De vigtigste motiver:



De vigtigste forhindringer:



Kilde Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer, 2017. Base: total 1.018. Spørgsmål: Hvad er efter din mening de vigtigste grunde til at købe mad og drikke, der er mere bæredygtigt produceret?

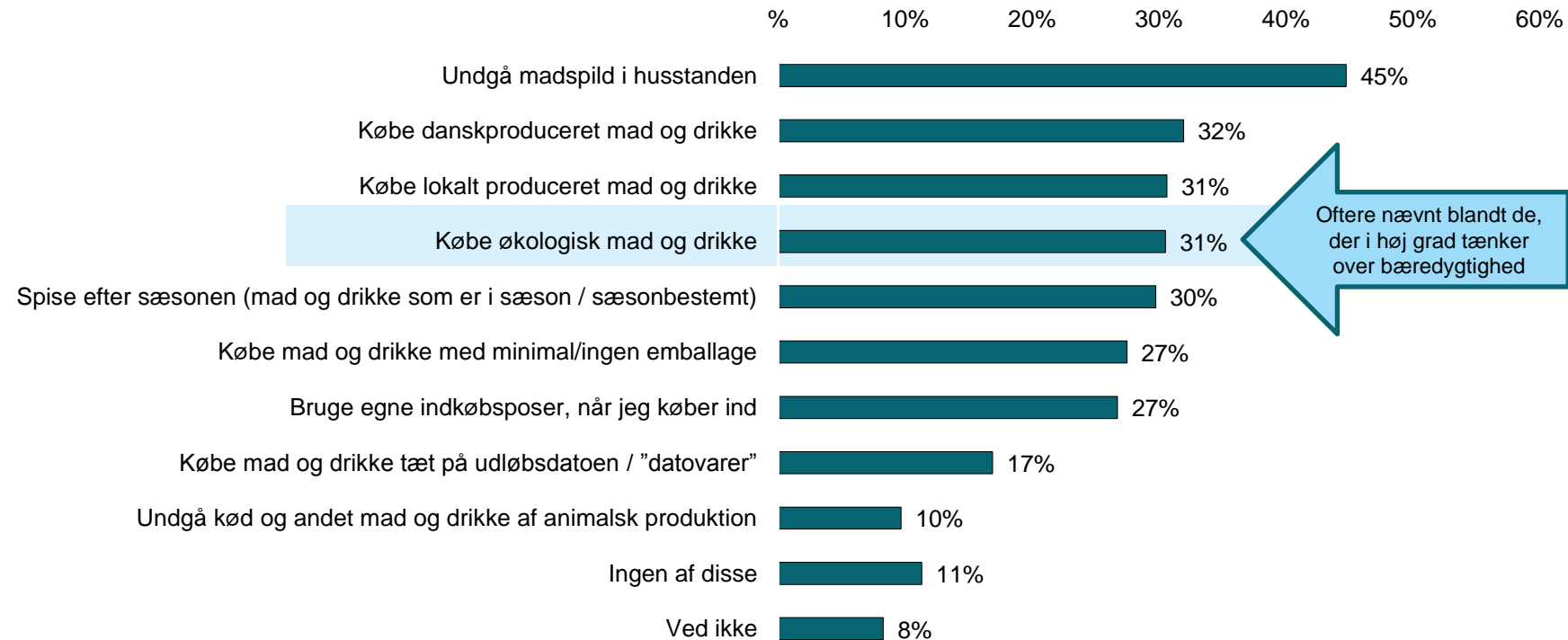
Kilde Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer, 2017. Base: total 1.018. Spørgsmål: Hvad er efter din mening de vigtigste forhindringer for at købe mad og drikke, der er mere bæredygtigt produceret?

Noget at leve af. Noget at leve for.



De, der i høj grad tænker over bæredygtighed, har oftere end andre et ønske om at købe mere økologi, end de gør i dag

Er der nogle af disse, som du gerne vil begynde at gøre, eller gøre mere af?



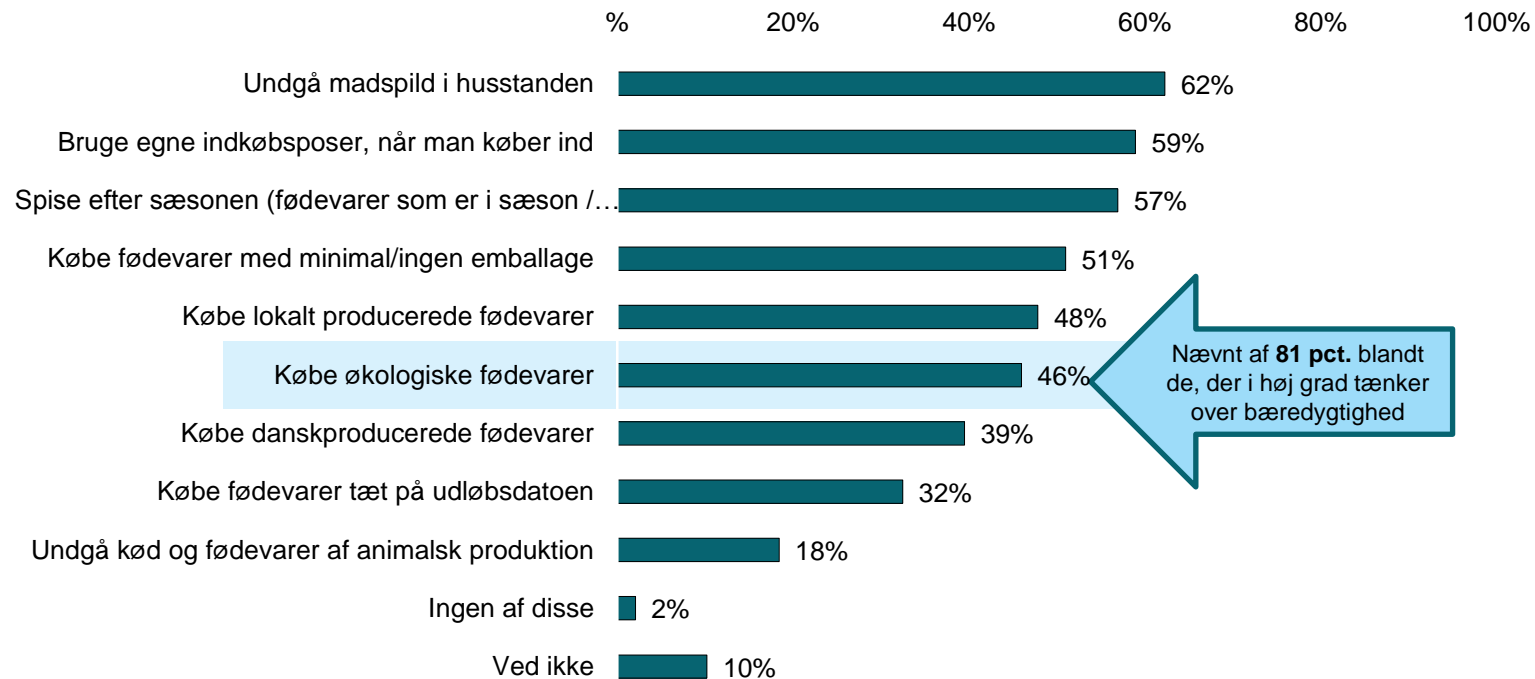
Kilde Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer, 2017. Base: total 1.018, Tænker 'i høj grad' over bæredygtighed (126)
 + angiver andele, der er signifikant højere i forhold til gennemsnittet. Spørgsmål: Er der nogle af disse, som du gerne ville begynde at gøre eller gøre mere af?

Noget at leve af. Noget at leve for.



..måske fordi et stort flertal i denne gruppe opfatter et økologisk fødevarerforbrug som mere bæredygtigt

Hvilke af disse typer adfærd mener du er noget, der karakteriserer et mere bæredygtigt fødevarerforbrug?



Kilde Kantar Gallup for Landbrug & Fødevarer, 2017. Base: total 1.018, Tænker 'i høj grad' over bæredygtighed (126)

+ angiver andele, der er signifikant højere i forhold til gennemsnittet. Spørgsmål: Hvilke af disse typer adfærd mener du er noget, der karakteriserer et mere bæredygtigt fødevarerforbrug?

Noget at leve af. Noget at leve for.



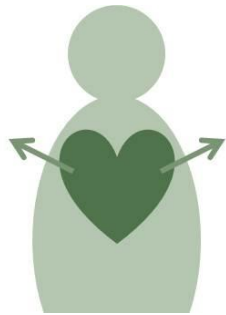
Er der så bare grønt lys for økologien?

- Indsigter fra vores kvalitative undersøgelser

Noget at leve af. Noget at leve for.

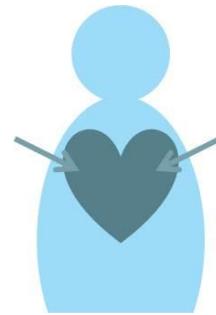


Opleves som et selvfølgeligt valg blandt idealister – men de kan også komme i tvivl



Ansvar ud mod verden: En pligt

- Med økologi tages ansvar for verden omkring os: Miljøet og dyrene
- Beskrives som et 'rigtigere valg' etisk og moralsk
- Opleves som mere bæredygtigt
- For det fleste vejer det udadrettede ansvar tungest



Ansvar indadtil: Et sundere valg

- Opleves som bedre kvalitet og sundhed for én selv og dem, man holder af.
- Muliggør at undgå noget, der betragtes som skadeligt for kroppen: Sprøjterester, kemi, GMO
- For enkelte er dette det væsentligste motiv for at købe økologi



...men rummer også tvivl

- Svært at gennemskue egentlige produktionsforhold
- Historier i medierne sår tvivl om økologien som 'det sikre valg' – ved vi nu også, at det altid er det bedste valg?
- Stærk tillid til det danske ø-mærke... men det må ikke være en sovepude

Kilde: Landbrug & Fødevarer oktober 2016, fra rapporten: Forbrugerindsigter fra "Vi arbejder med bæredygtighed" tilgængelig via www.seges.dk/da-dk/innovation-og-udvikling/baeredygtighed/oekologi-og-mere-til

Noget at leve af. Noget at leve for.



Økologien opleves som en naturlig del af bæredygtighed – men er måske ikke altid det mest bæredygtige valg...

Især aspektet omkring transport og bekymringer om miljøaftryk kan mærkes blandt idealisterne.

Dansk økologi er altid at foretrække:

- Ingen sprøjtegifte i naturen eller min krop
- Det opleves som rent og ærligt
- Respekt for naturen indlejret
- Ingen GMO eller kunstigheder
- Opleves mere naturligt
- Bedre dyrevelfærd = en selvfølgelighed
- Større biodiversitet
- Beskytter miljøet og drikkevandet
- Bedre kontrol end i udlandet
- En oplevelse af noget cirkulært:
Man tager ikke mere, end man giver, udpiner ikke

*"Der er forskellige dilemmaer, når jeg handler, f.eks. dyreetik og vandmiljø. Etik er meget vigtigt for mig, her tænker jeg især på dyrevelfærd, mens økologisk grønt mest handler om min egen sundhed. Og min egen sundhed er mindre vigtigt stillet over for at det ikke skal transporteres over store afstande. Så hellere lokalt konventionelt.."
(Idealist, okt. 2016)*

Især ved udenlandsk økologi kommer idealisten dog i tvivl...

- Transport over lange afstande? Hvordan hænger det sammen med CO2 regnskabet?
 - Har udenlandsk økologi mindre kontrol og færre krav? Historier i medierne om snyd i udenlandsk produktion bekymrer
- =Her foretrækkes dansk konventionelt

Men også den danske økologiske produktion kan have problemområder:

- Hvor effektiv er den økologiske produktion mht. ressourceudnyttelse?
- Er det egentlig så bæredygtigt, som jeg tror?

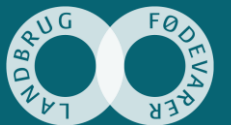
Kilde: Landbrug & Fødevarer oktober 2016, fra rapporten: Forbrugerindsigter fra "Vi arbejder med bæredygtighed" tilgængelig via www.seges.dk/da-dk/innovation-og-udvikling/baeredygtighed/oekologi-og-mere-til

Noget at leve af. Noget at leve for.



Markedsføring af økologi og bæredygtighed: What to do?

Noget at leve af. Noget at leve for.



#1 Vis vejen gennem 'junglen'

Gør det enkelt og gennemskueligt

Bæredygtighed rummer mange facetter og ingen synes at have det 'rigtige' svar. Denne oplevelse af kompleksitet fører til handlingslammelse.

Derfor: En forenkling af handlemuligheder og løsninger er med til at skabe tryghed og følelsen af, at 'så bliver der da gjort noget'.

Tag stilling (og stå ved det)

Forbrugerne værdsætter og kalder på større mod og klarere holdninger både fra politisk og kommerciel side. De efterspørger (og bifalder) ansvarlighed og stillingtagen.

Derfor: Vis modet til at sætte fokus på udvalgte indsatsområder, hvor I vil arbejde med bæredygtig udvikling

Gør det nemt

I hverdagens hamsterhjul drukner ønsket om et bæredygtigt forbrug i mange andre (ofte mere presserende) behov.

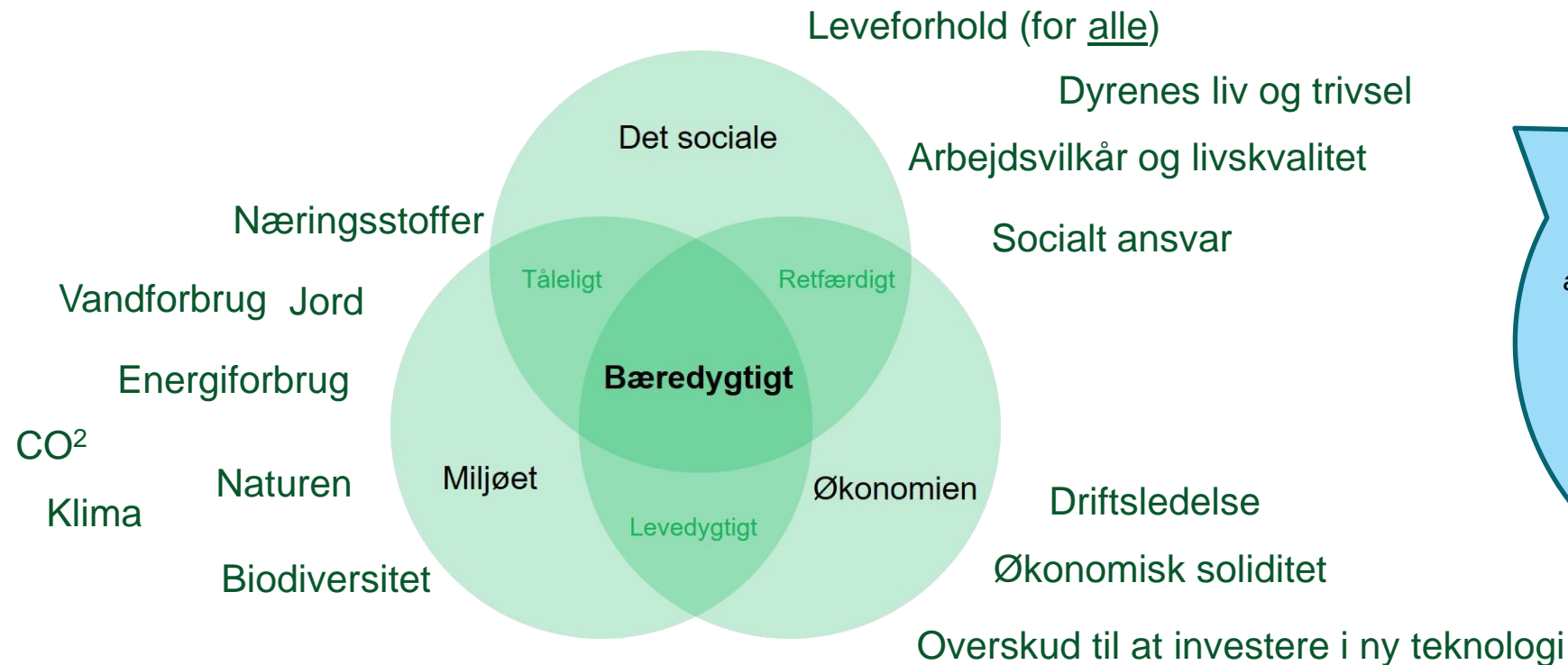
Derfor søges løsninger, der nemt og hurtigt kan implementeres i allerede eksisterende vaner og præferencer – uden de store kompromisser.

Noget at leve af. Noget at leve for.



#2 Vær konkret, når der fortælles om bæredygtighed

Det er vigtigt at give konkrete eksempler i fortællingen om, hvordan der arbejdes med bæredygtighed. Målsætninger og ideologi holder kun, hvis de bakkes op med eksempler på handling.



" Når man fortæller, at man arbejder med bæredygtighed, så bliver jeg lidt skeptisk, hvis de ikke er meget tydelige omkring, hvordan de så arbejder med det. Altså, alle kan jo komme og sige, at de har en målsætning om grøn omstilling eller vedvarende energi eller bedre udnyttelse af ressourcer osv. Men hvis du lige fjerner selve virksomhedens navn og skriver Danmark i stedet, så kunne det her jo stå i de fleste partiers partiprogram"
(Idealist, okt. 2016)

Noget at leve af. Noget at leve for.



#3 Hav mod til fuld gennemsigtighed og korte deadlines



*"Det er bare alfa og omega, at man tør være åben og oplyse mig om forholdene. Når de inviterer mig ind i deres rum og er ærlige om deres udfordringer, så giver de mig ny indsigt og det er med til, at jeg oplever dem som virkelig troværdige og sympatiske."
(Idealist, okt. 2016)*

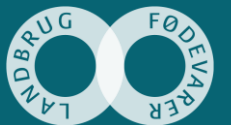
*"Det sender et meget positivt signal om, at vi alle har noget at arbejde med. Og man får sat nogle tanker i gang. Jeg får i hvert fald mere tillid til dem, når de ikke er så skråsikre."
(Idealist, okt. 2016)*

*"Det er virkelig positivt, at man italesætter sine udfordringer og hvor langt man er. Der er ingen, der er en helt, alle kan blive bedre. At vise, at man er bevidst om dette, synes jeg er rigtig fedt. Det skaber stor troværdighed i mine øjne."
(Idealist, okt. 2016)*

Tak

npre@lf.dk

Noget at leve af. Noget at leve for.



Økologi og bæredygtighed til fremtidens forbrugere

Hvem er fremtidens forbrugere – og hvad er vigtigt for dem, i forhold til økologi og bæredygtighed?

v/ Kirsten Poulsen, CEO, Firstmove

Noget at leve af. Noget at leve for.



Kaffepause

- vi ses kl. 11:00

Noget at leve af. Noget at leve for.

