



ØKO-BRUNCH

KLIMA

HVORDAN LØFTER ØKOLOGIEN
SIN DEL AF ANSVARET?

Onsdag den 11. september 2019, kl. 9.00–12.00

SEGES Økologi Innovation



FOTO: COLOURBOX

VELKOMMEN TIL ØKO-BRUNCH

Økologi Innovation, SEGES, har inviteret dig til Øko-brunch, fordi vi gerne vil

- 1.** vise, hvad vi arbejder med ved at tage nogle aktuelle økologiske emner op
- 2.** have sparring på de problemstillinger, emnerne rejser, som vi kan tage med i vores videre arbejde
- 3.** styrke netværket på tværs af det økologiske miljø, så vi sammen kan arbejde os ind i fremtiden med økologien



Klima – hvordan løfter økologien sin del af ansvaret?

Klima har været overskriften her i 2019. Landbruget være med til at løfte sin del af opgaven, og her skal økologien også tage sin del af ansvaret. I fremtidens landbrug skal økologien spille med som en aktiv spiller, og det er en af de vigtige veje frem. Det er lettest at spå om fremtiden, når vi er nået frem til den, men sådan skaber vi ikke vækst og udvikling, og i klima-problematikken har vi heller ikke tid til at vente på vished. Vi skal i gang nu, men vi skal som økologer huske, at vejen frem skal ske i en konstruktiv balance – udvikling med jordforbindelse.

Når vi skal finde løsninger, der leverer på klimaproblematikken, skal vi tage hensyn til dialogen med vores kunder. Hvordan kan vi sikre synlighed og gennemsigtighed med hensyn til produktets klimapåvirkning og samtidig bevare blikket for helheden? Hvad er det for ønsker og forventninger, vi skal være klar til at matche med det økologiske brand og den økologiske produktion.

Det må ikke blive fine, tomme ord, for det flytter jo ingenting. Det kræver villighed til at se på, hvad vi "plejer". Vi skal være klar til at finde nye veje til at skaffe såvel mad som foder. Økologien skal finde klimaløsninger, men det kan blive nødvendigt at vælge andre løsninger end det øvrige landbrug pga. af vores grundprincipper – f.eks. skal de økologiske dyr vel stadig ud i det fri.

Vi skal leve op til et ansvar for såvel klimaløft som de øvrige bæredygtighedsmål. Vi skal producere produkter, som lever op til fremtidens kvalitet. Varer,

som forbrugerne vil købe, og som de kan forstå produktionen af. Vi skal skabe mad med værdi, ærlighed og troværdighed. Vi skal matche de nye tendenser og dermed skabe rammerne for en fremtidig økologisk produktion.

Hvordan gør vi det? Hvordan balancerer vi klima med de øvrige mål? Skal vi udfase husdyrene eller finde økologiske løsninger med husdyrene? Hvordan kan vi vise vejen og hjælpe den økologiske landmand i overgangen til en mere klimabevidst produktion – uden alt for mange blindgyder? Hvor henter vi inspiration? Hvordan holder vi jordforbindelsen, altså bevarer respekten for de økologiske grundprincipper uden at lade os holde tilbage af fremskridtet? Lad os finde modet til udvikling og sammen diskutere, hvordan vi sikrer, at økologien er en del af fremtiden og klimaløsningen.

Vi glæder os til at høre, hvad netop du har af ideer og kommentarer til udfordringerne. Dine ideer kan være med til at skabe økologiske løsninger til gavn for de økologiske konsulenter, de økologiske landmænd og ikke mindst sikre, at vi fastholder fokus på at udvikle og sikre fortsat fremdrift i økologien. Så tak fordi du deltager – og vi lover, at vi hos Økologi Innovation i SEGES vil bruge inputtene og arbejde videre, fremad og opad.

Kirsten Holst
Økologichef



ØKO-BRUNCH 2019

Program

Kl.

9.00

Brunch

9.30

Velkomst og præsentation af program, deltagere og arbejdsform

v/ økologichef Kirsten Holst, SEGES Økologi Innovation

9.45

Bæredygtige fødevarer og en klimavenlig produktion har en pris

v/ direktør Leif Jørgensen, Naturmælk

10.00

Summemøde ved bordene

10.10

Spørgsmål og debat om 1. oplæg

10.25

Hvordan ser forbrugerne økologi i en klimatid?

v/ afdelingsleder Per Vesterbæk, Landbrug & Fødevarer

10.35

Summemøde ved bordene

10.45

Spørgsmål og debat om 2. oplæg

11.00

Pause

11.10

Hvad kan de økologiske landmænd gøre i forhold til klima?

v/ specialkonsulent Frank Oudshoorn, SEGES

11.20

Summemøde ved bordene

11.30

Spørgsmål og debat om 3. oplæg

11.40

Betydningen af innovation for økologiens vækst og udvikling. Hvad skal SEGES have i fokus?

12.00

Tak for denne gang

STØTTET AF

Promilleafgiftsfonden for landbrug



BÆREDYGTIGE FØDEVARER OG EN KLIMAVENLIG PRODUKTION HAR EN PRIS

v/ *Leif Jørgensen, direktør, Naturmælk*



FOTO: HENRIK BIERREGRAV



FOTO: SEGES

Fremtidens forbrugeres, og især de unge menneskers, måde at reagere på gør, at fødevarerirksomhederne er nødt til at være 100% ansvarlige og gøre sig interessante for de unge forbrugere.

De forventer, at vi leverer fødevarer, som er produceret:

- bæredygtigt, klimavenligt og økologisk
- med høj dyrevelfærd
- lokalt
- med en høj kvalitet
- under hensyntagen til biodiversitet.

Derfor er vi nødt til at tage ansvar for bl.a. klima og bæredygtighed – vi skal kunne levere på alle hylder.

Samtidig skal vi kunne fortælle, hvad vi gør, og hvordan vi når derhen, hvor det hele spiller. Det giver forbrugerne tillid til produkterne, og samtidig får de den nødvendige indsigt i, hvad det kræver af virksomhederne at leve op til alle forventningerne.

For en bæredygtig og klimavenlig produktion har en pris, og det skal forbrugerne være villige til at acceptere. For øko-kyllinger produceret i Danmark, hvor lønningerne er forholdsvis høje, som samtidig lever op til alle forbrugernes forventninger om dyrevelfærd, klima osv. er naturligvis dyrere end kyllinger produceret under virkelig kummerlige vilkår uden hensyntagen til bæredygtighed i et land med lave lønninger, og hvor transporten er billig.

Vi er derfor nødt til at overbevise forbrugerne om, at de skal bruge deres penge anderledes. De penge de i øjeblikket bruger på f.eks. plasticposer og vand på plasticflasker, altså varer der i virkeligheden giver en meget lille værdi, bør de i stedet bruge på fødevarer, der lever op til deres forventninger mht. kvalitet, klima, bæredygtighed osv.



FOTO: LANDBRUG & FØDEVARER

Forbrugerne stiller større og større krav til, hvordan fødevarer produceres.



HVORDAN SER FORBRUGERNE ØKOLOGI I EN KLIMATID?

v/ Per Vesterbæk, afdelingsleder, Landbrug & Fødevarer

Klima og bæredygtighed er i fokus blandt rigtig mange forbrugere her i 2019. Der stilles stadig større krav til, hvordan vores fødevarer er produceret, og hvordan fødevarerne påvirker vores klima. Økologien spiller her en spændende rolle. Mange forbrugere forbinder økologi med ansvarlig produktion.

Så hvordan ser forbrugerne økologiens rolle i en periode, hvor mange forbrugere søger efter konkrete måder, hvorpå man kan bidrage? Mange forbrugere oplever også, at det er rigtig svært at navigere i med risiko for at blive ramt af "bæredygtighedsapati".

Der sættes fokus på opfattelsen af økologi i forhold til konventionelt producerede fødevarer, og hvorvidt forbrugerne opfatter økologi som endnu mere relevant i en turbulent tid med store forandringer i vores indkøbs- og spisevaner.

Fra forbrugernes perspektiv er der rigtig mange måder, hvorpå man bidrager til et bedre klima. Økologiens potentielle betydning og vigtighed belyses også set i forhold til andre måder, man som forbruger kan være med til at gøre noget.



En klimainsats kræver bl.a. større fokus på plante-
produktion frem for
animalsk produktion.

FOTO: SEGES



HVAD KAN DE ØKOLOGISKE LANDMÆND GØRE I FORHOLD TIL KLIMA?

v/ **Frank Oudshoorn, specialkonsulent, SEGES**

For at reducere klimagas-udledningen fra økologiske bedrifter skal:

- importen af foder reduceres, og gødningsforbruget minimeres
- energiforbruget på gården lægges om til grøn energi
- husdyrgødningen forgasses i et biogasanlæg, før det spredes ud på marken.

Det kan f.eks. gøres ved at producere foderet selv, reducere udvaskningen af kvælstof og lave sol- eller vindenergi.

For at være klimaneutral skal udledningerne kompenseres ved at producere mere grøn energi, og kulstof skal fikseres, f.eks. ved ekstra græs i sædskiftet eller biocharproduktion fra egen biomasse.

Økologisk produktion skal være i balance, ikke kun på bedriftsniveau. Bæredygtighed gælder hele kloden, som FN viser med de 17 verdensmål. Med en bæredygtig produktion skal vi være med til at sikre verdens fødevarer-situation – både mængden og produktionssikkerheden.

Det vil kræve, at der fokuseres mere på:

- planteproduktion frem for animalsk produktion
- biodiversitet
- flere produktionsgrene
- robuste dyrkningsmetoder.

Økonomien styrer forbruget. Det kan ses blandt økologiske forbrugere, hvor der spises betydeligt mindre kød, hvilket sikkert også skyldes den højere pris. Samtidig skal vi huske, at oksekød fra mælkeproduktionen har et bedre klimaaftryk end oksekød fra kødkvæg. Vi kan i den økologiske sektor vise, at en afbalanceret dyrkning af afgrøder og animalske produkter kan markedsføres som klimalandbrug.

NOTER
