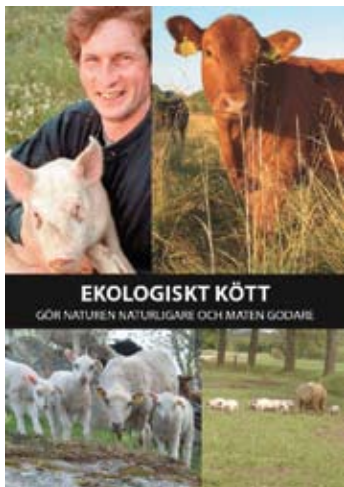


Uppdaterad ekokött-guide Ekokött har gjort en uppdatering av sin omfattande Ekoköttguide. Senast den gjordes var 2004 så det har hänt mycket på den här marknaden, inte minst de producentdrivna företagen som har ökat med 120 % under de här åren. Den här upplagan är också kompletterad med information om både KRAV- och EU-ekologisk certifiering och de olika certifieringsföretag man kan anlita. En sådan här guide kan av naturliga skäl aldrig vara helt komplett men här finns kontaktuppgifter till de flesta företag inom slakt, styckning och försäljning liksom information om trender och volymer på marknaden och hos enskilda företag. Enklast skriver man ut den (44 sidor) från Ekokötts hemsida www.ekokott.se men den går också att beställa tryckt från Ekokötts/HS kansli på tel 018-56 04 00 för expavgift 50 kr+porto.

Klimatregler för mat Klimatcertifieringsprojektet presenterar nu reglerna för klimatcertifiering. Projektet startades 2007 av KRAV och Svenskt Sigill, och under arbetets gång har också Milko, Lantmännen, LRF, Scan och Skånemejerier anslutit sig. Projektet har varit hårt kritiserat från flera håll, t ex både Ekologiska Lantbrukarna och Naturskyddsföreningen, men också fått erkännande för att ha börjat röja i känsliga frågor för lantbruket. En artikel om kritiken mot projektet finns i Ekologiskt lantbruk 7/2009.

De nu färdiga klimatreglerna finns på projektets hemsida www.klimatmarkningen.se



Gratis hjälp för köttförsäljare Ekokött har tryckt upp 10 000 fyrfärgsbroschyrer som går att beställa mot expeditonsavgift 50 kr+porto. Broschyren är 4 sidor och producerad med tanke på alla som säljer ekologiskt kött i mindre skala och som inte kan ta hela kostnaden för produktion och tryckning. Beställ den från Ekokött/HS Konsults kansli på tel 018-56 04 00.

De osäljbara ekolammen säljer bättre än någonsin

2006 var bottenåret för KRAV-lammen som då minskat under flera år eftersom ingen ville sälja dem. 2009 hade de blivit dubbelt så många och försäljningen går utmärkt.

Det ansågs länge vara snudd på omöjligt att sälja KRAV-lamm. På senare tid har det dock lossnat ordentligt på marknaden och Svenskt Butikskött uppmanar nu producenterna att ta fram fler lamm.

Hösten 2006 var antalet KRAV-lamm nere i knappt 19 000 lamm och det såg ut som om det var slut med stora delar av KRAV-lammproduktionen. Det var då som Scan sa upp avtalet med de gotländska lammproducenterna. Orsaken var enligt Scan att det inte gick att sälja lammköttet, bland annat beroende på att konsumenterna inte tyckte att det var tillräckligt stora skillnader mellan ekologisk och konventionell uppfödning. Men något hände och 2009 fanns det drygt 36 000 lamm i KRAV-kontrollen.

De gotländska lammproducenterna gav sig inte. De bildade den ekonomiska föreningen Ekolamm Gotland och började undersöka möjligheten att sälja sina lamm via andra kanaler. Under 2007 fick de kontakt med dåvarande Stockholms Butikskött, numera Svenskt Butikskött, och verksamheten tog ny fart.

Änglamarkslamm

Till att börja med sålde Svenskt Butikskött cirka 100–150 KRAV-lamm i veckan, nu är man uppe i 300–400 lamm i veckan, vilket motsvarar 15 – 20 000 KRAV-lamm per år.

–Vi köper cirka 70–80 procent av alla KRAV-lamm. Vi får alla gotländska lamm plus även en del från fastlandet, säger Thomas Östlund, VD för Svenskt Butikskött.

Det har ju alltid hetat att det är

omöjligt att sälja KRAV-lamm?

– Allt går om man vill, men en stor förklaring är att vi har fått komma in på Coop centralt och leverera lamm till deras Änglamarkslamm. Det har betytt mycket. Tidigare levererade vi enbart till enskilda butiker, säger han.

Coop bestämde sig nämligen under hösten att relansera KRAV-lamm under sitt Änglamarks-märke och kom då med en rad nya styckningsdetaljer. Tidigare hade det i princip bara funnits lammkotletter i butikerna.

–Vi säljer sju olika detaljer och planerar att ta fram fler. Lammfärs har blivit väldigt stort, precis som kotletter. Stek går också bra, beroende på säsong, berättar Thomas Östlund.

I princip allt kött säljs som färskt i butik, bara en liten del säljs som charkråvara, vilket gör att det blir bra ekonomi.

Duktiga uppfödare

Styrkan med Gotland är också att där finns duktiga uppfödare. De har en hög andel butikslamm med bra köttighet och klassning. Generellt ligger de gotländska uppfödarna i framkant när det gäller lammuppfödning i Sverige, säger Thomas Östlund.

Svenskt Butikskött har nu större efterfrågan än tillgång och har redan uppmanat sina producenter att försöka få fram fler lamm, framförallt vinterlamm.

Hos Ekolamm Gotland har de från början 18 producenterna växt till 30 medlemmar under den här tiden och ordförande Leif Myr räknar



FOTO: LENA KARLSSON

Det är brist på KRAV-lamm som kan slaktas under första halvåret. Antingen kan det vara senfödda vår- och sommarlamm som föds upp långsamt för att inte bli slaktmogna innan de är 7–12 månader, eller kan det som på fotot vara lamm som föds inomhus tidigt på året och föds upp intensivt på ca 4 månader.

med att man kommer att få ytterligare 4–5 nya producenter i år. Antalet lamm har ökat från 2 000 till 4 500.

Fler vinterlamm?

Frågan om vinterlamm diskuteras bland producenterna. Visserligen får KRAV-lammen gå utomhus även under vintern, men samtidigt finns det då inget bete.

– Det naturliga är ju att lammen föds på våren. Ett sätt skulle vara att frysa in köttet under hösten för att sälja det under vintern och våren, säger Leif Myr.

Platsbrist inomhus och även produktion av fårskinn av hög kvalitet är andra saker som bromsar uppfödningen av vinterlamm.

– Många här på Gotland satsar på raser med bra skinn och de vill helst slakta på hösten eftersom skinnen är som finast då. Skinnen är värda en

hel del och visserligen är det bättre betalt för lammkött under våren, men det kan ändå hända att det behövs en prisjustering uppåt om man vill få fram fler vinter- och vårlamm, säger Leif Myr.

Amelie Berger, lammproducent på Alsike Prästgård och medlem i Upplandsbondens, tror också på en fortsatt gynnsam utveckling. Hon är en av 12 lammproducenter som under förra året sålde sammanlagt 500 lamm, merparten till Svenskt Butikskött. Upplandsbondens säljer också lammlådor, bland annat via Ekobeställarna, men ska nu också starta upp försäljning via hemsidan för att öka försäljningen av lammlådor.

– Vi hoppas kunna växa och vi har fått några nya producenter. Det finns en enorm efterfrågan, säger hon.

ANN-HELEN MEYER VON BREMEN

Man måste vilja

”Ju mer jag tränar, desto mer tur har jag.”

Så sa en av idrottshistoriens främsta alpina skidåkare Ingemar Stenmark en gång när han blev intervjuad om sina framgångar och skulle försöka förklara att det låg en hel del arbete bakom dem.

Detta citat dyker osökt upp i huvudet på mig när jag läser artikeln härintill om de dödförklarade KRAV-lammen. Trots att de nästan fördubblats i antal på tre år är de nu ändå en bristvara vissa tider på året. ”Allt går om man vill”, säger Thomas Östlund, VD för Svenskt Butikskött och den aktör som säljer lejonparten av dessa lamm.

Det går att försöka förklara framgångar i skidbacken med bra före, rätt temperatur och tur. Det går att förklara ekologiska försäljningsframgångar med ”ekovåg” och trender. Men gör man det så har man inget lärt och förstått. För att dra nytta av bra snö i backen och för att utnyttja en trend till god försäljning krävs träning, kunskap, engagemang och vilja.

Vilja var det som drev de gotländska KRAV-lammproducenterna att inte ge sig när Scan under 2006 sa upp kontrakten med dem med motiveringen att det inte gick att ta betalt för ekolamm. Det var inte tur att de 2007 fick kontakt med Svenskt Butikskött (dåvarande Stockholms Butikskött), utan en följd av att man arbetade för att hitta en lösning. Kunskap hos ett etablerat styckningsföretag med vilja var det som sedan placerade KRAV-lammen på marknaden. Och det var inte tur att Coop i denna veva också bestämde sig för att återlansera Änglamarkslamm, utan det var en följd av att många krafter under en tid arbetat för att KRAV-lammen inte skulle försvinna.

På detta sätt finns det många entreprenörer inom lantbruk och livsmedel som bidragit till att det finns en ekotrend på marknaden. Det är inte tur för oss att den råkar finnas för det är bl a vi som bidragit till att den finns.

LENA KARLSSON

Största mjölkökningen någonsin

Volymerna från Arlas rekryteringskampanj är nu på väg ut ur karensen och kan levereras.

Det väntar en intressant höst på ekomjölksmarknaden. Arla gör den största ökningen i ekomjölks historia med 80 gårdar och cirka 40 miljoner kg mjölk, vilket kommer att märkas i produktlansering och kommunikation. Samtidigt vill både Skånemejerier och Norrmejerier öka sin produktion.

Arla har tidigare satt som mål att producera 266 miljoner kg ekomjolk innan nästa års slut och det målet tänker man se till att uppfylla. I dag väger man in 153 miljoner kg från 328 gårdar. Under det här året får man in 80 nya gårdar som levererar cirka 40 miljoner kg mjölk. Det återstår alltså dryga 70 miljoner kg mjölk att klara av under nästa år.

Mer för storhushållen

Det är rätt många liter att ta hand om, kommer ni att klara av det?

– Ja det är en stor utmaning att det blir en så stor nivåskillnad. Det kommer att handla om produktutveckling och konceptutveckling och att driva den ekologiska kategorin och mervärdet. Vi har inte kunnat driva försäljningen tidigare eftersom vi inte har haft tillräckligt med mjölk, säger Ann Freudenthal som är ansvarig för Arlas ekologiska sortiment.

När det gäller produktutveckling kommer ekomjölken att fördelas på alla kategorier och Ann Freudenthal nämner särskilt smör, ost och matlagningsprodukter. Men Arla vill också ta fram betydligt fler produkter gentemot storhushållen. Under vecka 18 lanserade Arla ekologisk mild yoghurt vanilj och ekologisk Västskustmjölk. Efter sommaren kommer också Arla med en rad gräddprodukter.

Is i magen

–Vi kommer också att jobba mycket mer med eko i butik och det kommer att bli mer kommunikation på området, vilket kommer att synas efter sommaren. Vi ska driva det ekologiska mervärdet så att det inte förtar det lokala. Vi ska exempelvis förklara hur mycket lokala värden som finns inom eko, till exempel när det gäller fodret, och vi ska också tydligare tala om vad eko är.

Kommer ni att klara att hålla ekotillägget kvar på samma nivå som i dag?

Jag hoppas verkligen att vi ska kunna det och att ledningen har is i magen och låter konsumtionen komma i kapp.

Nya tag hos Milko

Milko, som tidigare har dragits med ett överskott av ekomjölken, meddelar nu att man är i balans

–Vi hanterar både de konventionella och ekologiska produkterna som en helhetsaffär och får därigenom en trygg tillgång av råvaran och inget ”obekvämt” överskott. Vi börjar få en ganska bra balans, säger Toomas Allmere, marknads- och utvecklingschef på Milko.

Det finns flera förklaringar till att Milkos tidigare överskott har minskat. En är att man har lanserat en del matlagningsprodukter och även aktivt arbetat med eko gentemot butik. Under året har man också bytt dekor på hela sitt sortiment för att förtydliga det regionala ursprunget och alla ekologiska produkter kommer att ha en beige grundfärg för att göra det lättare för konsumenterna att hitta dessa.

Dessutom har man konverterat storsäljaren Fjällfil till KRAV. För



FOTO: LENA KARLSSON

Konverterad storsäljare är starkt bidragande till att Milko gjort sig av med sitt överskott av ekomjolk.

Svenskt Sigill anmälda till Konsumentverket Svenska Biodynamiska Föreningen har anmält Svenskt Sigill till Konsumentverket för vilseledande marknadsföring. Anmälan handlar om missbruk av begreppet närproducerat/närodlat vilket anmälaren menar är ämnat att vilseleda konsumenten att tro att produkterna är likvärdiga med ekologiska och biodynamiska produkter. Konventionellt odlade produkter kan inte märkas som närproducerade, menar man i anmälan, eftersom de för sin produktion är beroende av insatsmedel som importerats med långa transportavstånd, t ex konstgödsel, bekämpningsmedel och kraftfoder. Mer info på Biodynamiska Föreningens hemsida www.biodynamisk.se

Svenskt Butikskött ny medlem i KRAV Svenskt Butikskött AB (f d Stockholms Butikskött) har under de senaste åren ökat sitt enga-

gemang i KRAV-affären genom samarbete med lokala KRAV-köttkoncept. Sedan årsskiftet är man också största aktör när det gäller butiksstyckning av KRAV-gris sedan i stort sett alla KRAV-grisleverantörer vid årsskiftet lämnade Scan och istället skrev kontrakt med Danish Crown via KLS/Uggjarps.

Äntligen konsumentkontakt KRAV satsar äntligen – efter många års kritik från anslutna företag – på rejäl marknadsföring av sina mervärden med dem som hela märkningen finns till för, nämligen konsumenten. Kika in på deras webb www.krav.se/krav-supporter och kolla. Bland annat söker man nu ambassadörer till mässor, festivaler och andra tillställningar där det finns mat, musik, fest och mycket folk.



närvarande syns dock ingen direkt kommunikation kring KRAVs mervärden på Fjällfilens förpackning, vilket är något förvånande eftersom Fjällfilen blivit två kronor dyrare i ekologisk tappning. Annicka Hultin, produktchef för kategori Frukost hos Milko, säger dock att det inom kort kommer nya baksidestexter på Fjällfilen som kommer att lyfta fram KRAVs olika mervärden.

– Vi kommer också att jobba med övergripande Milko-kampanjer för hela vårt ekologiska sortiment, där vi också lyfter KRAVs mervärden, säger Annicka Hultin.

Fem kronor i Skåne

Milkos ekomjolk ligger i dag runt tio procent av den totala invägningen. Skånemejerier är på väg åt samma håll. Under året räknar man med att de nuvarande 20 miljoner kilona kommer att bli 25. Dessutom producerar Hjordnära åtta miljoner kg.

– Vi är i perfekt balans nu. Vi har tio procent tillväxt på eko, trots att närproducerat skenar. Vi är på väg över tio procent av försäljningen, men jag tror inte att det blir så mycket större. Men marknaden för ekologisk ost är underutvecklad. Om man utgår från att osten också ska ha tio procent, då finns det utrymme för ytterligare 8,5 miljoner kg ost, säger Björn Cederblad, VD på Skånemejerier.

Han vågar också lova att ekomjölksbönderna innan årets slut kommer att få över fem kronor betalt för sin mjölk. I dag ligger grundpriset på 3,01 plus ekotillägget på 1,65 samt en efterlikvid på 20 öre, vilket ger en betalning på 4,86 till ekomjölksbönderna.

– Det kommer att bli en milstolpe, att nå över fem kronor och det kommer att kännas så bra. Det blir möjligt eftersom ju större volymer vi har, desto mer trimmat blir det och

då blir kostnaderna lägre och intäkterna högre.

Behöver ni fler ekoproducenter?
– Ja men inte i samma takt som tidigare. Vi vill inte hamna i ett läge där vi väger in för fem kronor men säljer för konventionella priser, men vi har inget stopp just nu.

Trögt i norr

Norrmejerier behöver däremot få in 50 nya producenter. Deras ambition är att öka dagens åtta miljoner kg till 25 miljoner kg år 2015, dvs en tredubbling.

– Vi försöker öka utbildningsinsatserna för de producenter som är intresserade och vi försöker att matcha den mjölk vi har till våra kunder, säger VD Bo Rasmussen.

Räcker mjölken?

– Just nu gör den det, men i fjol hade vi brist på ekomjolk under åtta veckor. Då tvingades vi att dra in den ekologiska lättmjölken, förutom till dagis och skolor. Vi ser också en ökande efterfrågan på sikt. Vi måste ligga steget före.

Kommer ni att klara av att få in tillräckligt med ekomjolk?

– Vi upplever att intresset från bönderna är ganska stort och som norrlänning är man optimistisk, säger Bo Rasmussen och skrattar.

Förra året lanserade man Norrskensfil som har visat sig sälja mycket bra. För närvarande avvaktar man med att lansera någon ny produkt, på grund av brist på råvara.

Kommer ni att bli tvungna att höja avräkningspriset på ekomjölken för att få in fler producenter?

– Det är en bra fråga. Vi har uppdragit åt LRF Konsult att följa lönsamheten hos ett 90-tal gårdar och där finns även en grupp ekogårdar. Resultaten från denna undersökning kommer ligga till grund för ett beslut i frågan.

ANN-HELEN MEYER VON BREMEN

Hallå Carina Andersson

Ledamot från Köping i Ekologiska Lantbrukarnas riksstyrelse sedan 2 år.



Vad vill du med ditt styrelseuppdrag?

Jag vill få upp ögonen för ekologiskt jordbruk bland våra konventionella kollegor, konsumenter och andra grupper av människor. Ett möte som ska bygga på ömsesidig respekt.

Hur gör du det?

– Jag vågar prata om eko i alla sammanhang. I mitt uppdrag som kommungruppsordförande i LRF ser jag t ex till att ekofrågorna finns med.

Varför blev du ekobonde?

– Vi försökte producera över 10 ton spannmål per hektar som konventionella, men såg ändå möjligheterna att öka lönsamheten med ekologisk grisproduktion. Och det stämde. Vi har bättre lönsamhet i dag med 70 suggor i integrerad KRAV-certifierad produktion och 250 ha växtodling.

– Och så är det roligare. Det myllrar av liv i marken. När jag rensar tröskan hittar jag massor av insekter som jag aldrig tidigare sett.

Vilka är dina ansvarsområden i styrelsen?

– Regel frågor och jordbrukspolitik. Viktiga och intressanta frågor som jag gärna ser att fler tycker till om.



www.ekolantbruk.se