

Axfood har plockat upp KRAV-köttet

Ett halvår efter att Scan släppte KRAV-märkningen är den nu tillbaka på marknaden hos nya aktörer.

SOM FÖRSTA DAGLIGVARUKEDJA har Axfood (Hemköp, Willys, Willys hemma, PrisXtra och Tempo) återlanserat KRAV-köttet i alla sina butiker runt om i landet redan från i början av maj. Därmed har det tagit exakt ett halvår att kanalisera om affärerna från Scan som i november förra året slutade särhålla KRAV-certifierat och EU-ekologiskt kött i sina konsumentförpackningar. Det beslutet tog Scan utan avstämning med kunderna ICA, Coop och Axfood eller aktörerna på producentensida. Då alla kedjor sedan tidigare haft policybeslut på att det är KRAV-märkningen som gäller på animaliska produkter (bortsett från en del förädlade varor), var kedjorna därmed tvungna att söka nya kanaler.

Lokala koncept

Detta är dock en sanning med modifiering. Flera, både många av Coops butiker, och en hel del ICA och säkerligen även en del Axfood-butiker, har hela tiden fortsatt sälja KRAV-märkt kött genom samarbeten med lokala köttkoncept som Kaprifolkött, Gröna Gårdar, Gotlands Eko och Upplandsbondens. Men någon central och heltäckande aktör har inte funnits sedan Scan upphörde med KRAV-märkningen.

Stockholms Butikskött

SB är ett familjeföretag i andra generationen med ca 35 anställda.

Omsättningen 2008: ca 180 miljoner kronor, varav 10% KRAV-försäljning.

Styckning per vecka: 500-1000 lamm, 20 grisar och 100 nöt (totalt både eko och konventionellt).

Senaste investeringen: toppmodern trågpackningslinje.

Övrigt: I mars 2009 anordnade Ekologiska Lantbrukarna i samarbete med föreningen Ekokött och det lokala ekoköttkonceptet Upplandsbondens en eko-utbildning för hela SBs personal.



FOTO: OSCAR FRANZÉN

Det KRAV-märkta köttet säljs under Axfoods egna etiketter, där även Stockholms Butikskötts logga "kniven" skymtar fram. Leveranserna sker sju dagar i veckan, alla dagar på året.

"Räddaren i nöden" är styckningsföretaget Stockholms Butikskött som har kammat hem KRAV-köttaffären med Axfood centralt. Stockholms Butikskött som befinner sig på slakthusområdet vid Globen i Stockholm har alltmer profilerat sig som en KRAV-märkt aktör. Det hela började med ett samarbete med det lokala ekoköttkonceptet Gotlands Eko, både lamm och nöt (slutet 2006), och sedan även samarbete med de lokala ekoköttkoncepten Ostgotha och Upplandsbondens (2007). Dessutom köper Stockholms Butikskött även in en del KRAV-djur från både Scan (som alltså fortfarande särhåller KRAV-helfallen) och Ugglarps. Avtalet med Axfood innebär ett ytterligare uppsving för SBs KRAV-styckning.

Stor på lamm

Det är inte första gången Stockholms Butikskött (SB) visar framfötterna när det gäller KRAV-affä-

rer. Det var även SB som visade att det visst går att sälja KRAV-lammkött i större skala, en affär som Scan har ansett vara omöjlig. Idag säljer SB minst en tredjedel, kanske till och med uppemot hälften, av allt det KRAV-märkta lammköttet som säljs i butik, med styckning av uppemot 200 KRAV-lamm i veckan. SB hette en gång i tiden Lammgrossisten och är en av Sveriges ledande lammköttaktörer.

Ökad avsättning

Affären mellan Axfood och SB gör att de tidigare leverantörerna till SB kan öka sin avsättning den vägen, och framför allt, att konsumenterna nu åter på bred front kan välja KRAV-märkt kött från grisar som har fått springa ute på fält och bada gyttebad och KRAV-nöt som inte har behövt slutgödas inomhus under betessäsongen m m.

DIRK VAN DER KROGT

2008 starkt år för ekomjölken

2009 har inletts med att många speljäser bytt plats i mejerisverige samtidigt som lågkonjunkturen gör sig påmind även för eko.

SVENSK MJÖLKS färskasiffror över produktionen av ekomejerivaror totalt i Sverige under 2008 visar rejäla plus på alla fronter. Inte helt förvånande med tanke på den rekordkraftiga uppgången av ekoförsäljningen generellt under 2008.

Tillverkningsmängden av ekologisk konsumtionsmjölk ökade med hela 17%, eller 15 miljoner kg, syrade produkter med 7% (1,5 miljoner kg) och nischprodukterna ekologisk ost och gräddor ökade med respektive 24% och 15%.

Därmed var 15% av all mellanmjölk som såldes under 2008 ekologisk och 14% av de syrade produkterna.

Råvarubrist dämpade

Plussiffrorna hade dock kunnat vara ännu större om inte den allvarliga bristen på ekologisk mjölk under 2008 hade dämpat försäljningen. Bristen har den här gången hantierats genom breda åtgärder; period-

visa uppehåll och restningar av flera olika ekologiska mejerivaror och hos olika kundgrupper, som har lett till att alla produktgrupper ändå har kunnat visa plus. Tidigare år, 2006 och 2007, har bristen hanterats genom mer specifika periodvisa indragningar av t ex ekologisk standardmjölk och säljstopp till stor-köpskunder, vilket därmed drabbade dessa segment särskilt hårt.

Ändrad spelplan 2009

Frågan är nu vad som kommer att hända under 2009. Redan årets första fem månader har bjudit på spektakulära utvecklingar. Dels har stora volymer ekomjölk flyttats mellan olika mejeriföreningar genom att mjölkproducenter har bytt förening. Dels har ett nytt lokalt ekologiskt mjölkkoncept lanserats i Uppland, Sju Gårdar, och ytterligare ett är på gång i Västergötland.

Stora nya ekomjölkvolymer har kommit in eller är på väg in, genom ökad omläggning. Merbetalningen för ekomjölk slår alla rekord, samtidigt som grundavräkningen är bottnelåg.

Tendens till avmattning

Arla gör en stor offensiv, genom lansering av många nya ekomejeriprodukter under året, och även de andra mejerierna breddar sina ekosortiment. Samtidigt visar försäljnings-siffror för första kvartalet från bl a Arla att försäljningsökningarna för de ekologiska mejeriprodukterna har stannat av, vilket relateras till den svåra lågkonjunkturen vi är inne i.

Hur resten av året kommer att se ut är svårt att sja om. Men med tanke på allt som händer måste marknaden ändå bedömas som glödhet, och livskraften stor, vilket bör bädda för en fortsatt positiv utveckling för de ekologiska mejeriprodukterna.

DIRK VAN DER KROGT



DIRK VAN DER KROGT

Den som lyssnar på kunden får göra affärer

"KUNDEN ÄR KUNG" är ett klassiskt begrepp inom företagsekonomi. Egentligen är det en självklarhet, den som vill göra affärer måste leverera det kunden vill ha. Vill kunden ha KRAV-märkt ekologiskt kött så ska den få det. En affär som man som leverantör borde vara extra pigg på med tanke på att det handlar om en av de finaste produktionsmetoderna för kött som förekommer. Vem har inte drömt om att få sälja "Ferrari"-klassen?

MEN SÅ RESONERADE INTE SCAN. Borttagningen av KRAV-märket i november förra året gjordes utan diskussion med kunderna. Inte ens starka klagomål efteråt har fått Scan att ändra sig. Och åter visar den enkla grundregeln "Kunden är kung", att den som vill göra affärer måste lyssna på sina kunder.

Det är i stället Stockholms Butikskött som alltmer har trätt fram som den lyhörda och medvetna köttaktören, som tar vara på möjligheterna och nu tar ett allt större ansvar för KRAV-köttet. En mindre aktör än Scan (fast ganska stor ändå, se artikeln här intill) som har större flexibilitet att hantera mindre serier och olika kundlösningar, och som är helt inriktad på kvalitetskött.

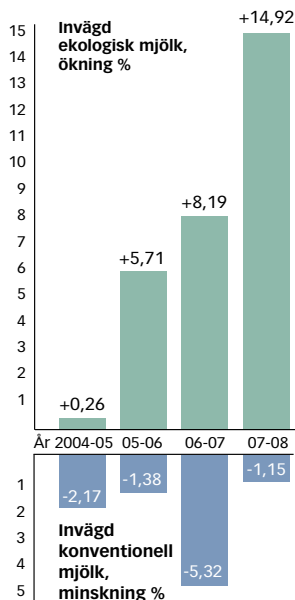
Scan som inte ville lyssna på kunderna har förlorat Axfood som eko-färskt-kött-kund. Lyhörda Stockholms Butikskött har plockat in dem som ny kund i stället.

FRÅGAN BLIR NATURLIGTVIS vad nästa drag på marknadsschackbrädet kommer att vara. Kommer även Coop och ICA att återintroducera KRAV-ekoköttet? Kommer Scan nu ändå att backa från sitt tidigare beslut? Tiden får utvisa hur det blir...

En ännu viktigare men fortfarande eftersatt, fråga är: Hur kan vi med gemensamma krafter profilera det KRAV-märkta köttet mer tydligt på marknaden så att försäljningen skjuter i höjden? Grundförutsättningen för att den goda viljan kring KRAV-köttet från både handeln och styckningsfirmor som Stockholms Butikskött ska hålla i sig, och för att en merbetalning till bonden ska vara möjlig, är att KRAV-köttaffären blir en riktigt bra snurrande affär för alla parter.

DIRK VAN DER KROGT

PS. Även Scan har naturligtvis gjort och gör fortfarande stora insatser när det gäller det ekologiska köttet. Här senast har fem nya varianter av ekologiskt smörgåspålägg lanserats, ekologisk leverpastej, och ekologiska grillspett av marinerad picnicbog. DS.



Invägningen av konventionell mjölk har minskat varje år under de senaste fem åren medan ekomjölken har ökat kraftigt.