

Nye netværk skal styrke lokale fødevarer

Lokale økologiske varer er en trend i markedet, men det betyder ikke, at varerne sælger sig selv. Nye samarbejder mellem avlere og øvrige led i værdikæden skal hjælpe varerne frem til kunderne.

Umiddelbart er der ikke langt fra jordbærmarken til den lokale butik eller fra gårdbutikken til kunderne i den nærmeste by. Alligevel kan afstanden opleves som en uoverstigelig barriere, når økologiske landmænd, gartnere, butikker, pakkerier og kunder skal finde hinanden. Lokale fødevarer er en trend i markedet, men det kræver ny viden og kompetencer og en stor indsats fra alle parter at udnytte de nye markedsmuligheder og få varerne helt ud på kundernes spiseborde.

Men der er hjælp at få. Økologisk Landsforening organiserer de kommende måneder netværk af økologiske landmænd og lokale aktører, der i fællesskab vil styrke salget af lokale fødevarer. Netværkene får tilknyttet en facilitator fra Økologisk Landsforening, der sammen med deltagerne skræddersyer et forløb, der imødekommer gruppens behov og ønsker.

Skræddersyet støtte gennem netværk

- Det kan være avlere, der vil samarbejde for at kunne levere større mængder til foodservice. Det kan være kødproducenter, der involverer en slagter eller kok i netværket for at levere den kvalitet og de udskæringer, lokale restauranter efterspørger. Eller det kan være netværk, der ønsker at bruge andensorterings bær i is eller marmelader, forklarer chefkonsulent Birgitte Jørgensen, Økologisk Landsforening.

Foreningen kan med midler fra Fonden for Økologisk Landbrug oprette fem til otte netværksgrupper rundt om i landet i projektet 'Lokal og direkte afsætning - nye markedsmuligheder gennem viden og kompetenceløft'. Det koster 1500 kr. at deltage, og møderne holdes på skift hos deltagerne.

- Man kan tilmelde sig som enkeltperson eller som allerede etableret netværk, men man skal ikke vente for længe. Det er først til mølle-princippet, der gælder, siger Birgitte Jørgensen.

Skovkyllinger kan vækste i netværk

Lone Hedegaard, Gothenborg, er en af de økologiske kødproducenter, der ser et lovende potentiale i netværksmodellen for sin egen virksomhed.

- Som lille nicheproducent kan det være svært at matche en stor grossist eller en supermarkedskæde, men hvis vi sætter os sammen med dem, der vil købe vores varer, er jeg sikker på, vi kan nå nye resultater på et sundt grundlag, hvor kvalitet er i fokus og ikke kun pris. Det bord vil jeg gerne sidde ved, betoner hun. Lone Hedegaard har specialiseret sig i at lave skovkyllinger.

- Måske kan det føre til, at vi kan udvide netværket med nye producenter. Der er et marked for skovkyllingerne, og jeg ser hellere, at 20 producenter hver laver 10.000 kyllinger, end at én laver 200.000, tilføjer Lone Hedegaard.

Yderligere oplysninger

Birgitte Jørgensen, projektleder, 2434 9049

Lone Hedegaard, Gothenborg, 2043 8014, medlem af Udvalget for gårdbutikker og lokalt salg

PRESSEMEDDELELSE
17.05.2018



Forslag til fototekst: Lone Hedegaard har specialiseret sig i at lave sorte skovkyllinger på gården Gothenborg i Them. Dem sælger hun til bl.a. Solhjulet, restauranter, slagtere og gårdbutikker.