

Bestyrelsens beretning - Økologisk Landsforening 2026

Kære medlemmer af Økologisk Landsforening.

2025 har været et begivenhedsrigt år for vores forening. Vi har afholdt et særdeles succesfuldt Organic Summit, startet Økomad dag op, og vendt et underskud ved sidste års regnskabsaflægning til et betydeligt overskud ved at lave regulære forbedringer af driften.

Vi er kun lykkedes på grund af stærkt samarbejde mellem bestyrelsen, dedikerede folkevalgte, aktive medlemmer og foreningens medarbejdere. Og fordi vi har turdet træffe modige, vanskelige og svære beslutninger undervejs.

Her i begyndelsen af 2026 er vi glade for, at vi står et godt sted. Der kommer flere medlemmer til, vi har fået mange projektbevillinger hjem, og vi ser tegn på, at vi snart kan begynde at opleve den vækst i økologien, som vi alle drømmer om.

Vi kan se fremad med vished om, at vi har et solidt fundament - fyldt af meningsfuldhed, dygtige medlemmer, relevans for positiv forandring, den bedste mad og den bedste måde at sikre et ordentligt, bæredygtigt landbrug og fødevarerproduktion.

I det følgende vil vi gennemgå nogle af de væsentligste begivenheder og nedslag.

Økologiens rolle i en tid med store valg

2025 og begyndelsen af 2026 har været præget af store beslutninger for landbruget og fødevarersektoren. Klima, natur, vandmiljø og fødevarer sikkerhed fylder mere end nogensinde – samtidig med at markedet for økologiske fødevarer er under pres. I den situation har Økologisk Landsforening haft en klar ambition: at fastholde og styrke økologien som en central del af løsningen, både politisk, økonomisk og samfundsmæssigt.

Året har vist, at økologi ikke kan stå alene som ideal. Skal økologien udvikle sig og fordobles, kræver det, at ambitioner, regulering, marked og forbrugere følges ad. Det har været et gennemgående tema i foreningens arbejde – nationalt, i EU og i samarbejdet med medlemmer, køkkener og virksomheder.

Det gælder også i vores dialoger med beslutningstagerne. Som nogle af jer husker, havde vi et medlemsmøde med trepartsminister Jeppe Bruus i Middelfart, hvor han fortalte nærmere om planerne for økologien i den grønne trepart, og vi har haft finansminister Nicolai Wammen med på Regionshospitalet i Randers, hvor Mona Carøe viste rundt og fortalte om hospitalets økologiske rejse.

Det er også vores opgave at vise os frem for dem, der er med til at sætte rammerne for økologien.

Nye midler til økologien

I den forbindelse er det glædeligt, at regeringen i sin nyeste finanslov har besluttet at booste Fonden for Økologisk Landbrug med nye midler, at det er lykkedes at få en ny fireårig bevilling til økologiforskning, at der er afsat midler til at videreføre Innovationscenter for Økologisk Landbrug, og at Det Økologiske Spisemærke er blevet videreført. Foreløbig desværre kun for 2026, men vi arbejder videre for at sikre den langsigtede finansiering, der er behov for.

Det betyder ikke, at alting er godt, og I har derfor også set os være kritiske i løbet af året. Det skete bl.a., da vi så den nye kvælstofaftale, der giver os økologer mulighed for at sælge uudnyttede kvælstofkvoter til vores konventionelle kolleger. Vi frygter, at det giver mindre – ikke mere – økologi.

Ja, vi bør have betaling for vores hensyn til miljøet – den betaling bør bare komme fra landbrugsstøtten. SÅ: Første slag er tabt, men vid jer sikre på, at vi bider os fast i bordet og arbejder videre med at sikre den bedst mulige løsning.

Økologien som løsning – men markedet skal med

Det forgangne år har tydeligt vist, at økologien står i et spændingsfelt mellem store politiske ambitioner og en presset markedsvirkelighed.

Vi har fejret Ø-mærkets 35-års jubilæum med flotte kampagner i byrum, butikker, på mælkekartonerne og på sociale medier. Desværre viser de nyeste tal, at salget af økologiske fødevarer er faldet i mængde, samtidig med at værdien er steget. Det fortæller os ikke, at forbrugerne har vendt økologien ryggen – men at pris og økonomi i stigende grad er blevet en barriere i hverdagen.

Vi har også set, at Schweiz har overtaget førertrøjen på økologisk forbrug, som Danmark ellers har siddet på i mange år. Vi skal ikke acceptere andet end at være verdensførende i økologi. Det er en del af vores selvforståelse, og heldigvis er der også her en hel del, der peger i retning mod bedre tider. Vi indgår partnerskaber med supermarkeds kæder, og vi ser detailhandlen tage økologiske initiativer i samarbejde med nogle af de økologiske virksomheder.

Samtidig har vi som samfund truffet en række afgørende valg for fremtidens landbrug. Regeringen forventer bl.a., at omkring 160.000 hektar landbrugsjord skal tages ud af konventionel drift for at beskytte vores drikkevand og vandmiljø. Det er en nødvendighed, men også en meget omfattende omstilling for landbruget – og den sker uden fuld økonomisk kompensation.

Her er det vigtigt at fastholde, at økologien er en væsentlig del af løsningen. En fordobling af det økologiske areal vil kunne bidrage markant til samfundets klima- og miljømål, herunder øget kulstofbinding i jord og landskab, mindre kvælstofudledning, fravær af sprøjtegifte i drikkevandet samt øget biodiversitet.

Skal økologien levere disse samfundsgoder i praksis, kræver det, at markedet fungerer. Det er ikke rimeligt at stille større krav til landbruget uden samtidig at sikre, at de økologiske varer kan afsættes. Derfor har Økologisk Landsforening arbejdet målrettet for politiske løsninger, der gør det lettere for flere forbrugere at vælge økologi – herunder forslaget om at fjerne momsen på økologiske fødevarer.

Skal vi lykkes med at nå vores målsætning om 25 % økologi i 2030 eller bare nå i hus med regeringens fordoblingsmål, kræver det, at ambitioner, regulering og marked går hånd i hånd.

Implementering af strategien

I 2024 formulerede vi en ny strategi for Økologisk Landsforening. Den er vi godt i gang med at eksekvere. Vi har lavet en plan, der bl.a. skal sikre, at vi får flere nye medlemmer. Vi kan ikke gøre det hele på en gang, og vi tager i år særligt fat i rekrutteringen af personlige medlemmer.

Vi har en ambition om, at vi ved årets slutning har 1.000 flere personlige medlemmer, og det betyder, at vi nu kigger på kunderejsen, betalingssystemer, fastholdelse og medlemstilbud. Og vi kan se, at vores indsats langsomt bærer frugt. Der kommer medlemmer ind, og vi er stolte af at byde dem velkommen. Sideløbende har vi fokus på de andre medlemsgrupper og vil starte processen op i år med at lægge en plan for, hvordan vi får flere landbrugere ind i medlemsskaren. Derefter kommer turen til virksomheder og køkkener.

For at vi kan lykkes med det, kræver det, at vi er tydelige, synlige og relevante. For vi kan se, at det er noget af det, der giver flere medlemmer. Det betyder bl.a., at vi har opskaleret vores presseindsats, så vi i 2025 havde 32 % flere omtaler i pressen end i året før. Og vi vil gerne være endnu mere synlige.

Vi skal skabe noget følgeskab, og det lykkes vi med ved at implementere den strategi, vi har vedtaget. Vi har fået Dragsbæk med som virksomhedsmedlem, og Naturmælk er blevet kollektive medlemmer. Og så har vi god kontakt til og dialog med virksomheder som Arla og Friland, der meldte sig ud i 2024.

2025 har også budt på udfordringer. Vi kom ikke i hus med den måde, vi troede, vi skulle realisere strategien om partnerskaber. Vi må erkende, at kort og terræn ikke altid følges ad. Sådan var det her, og vi valgte at følge terrænet. Derfor var vi nødt til at lave en budgettilpasning, der gjorde, at vi måtte sige farvel til nogle dygtige medarbejdere i vores sekretariat. Det har været en træls omgang. For det har skabt noget utryghed, som vi har måttet arbejde med.

Men som et resultat af den proces, har vi vendt et underskud på regnskabet sidste år til et betydeligt overskud. Og det skyldes ikke kun diverse salgsaktiviteter, men også regulære driftsforbedringer, som er et resultat af, at vi har vist rettidig omhu og tilpasning. Samtidig er vi glade for at kunne sige, at vi nu står med en Arbejdspladsvurdering, hvor både medarbejdernes trivsel og tilfredshed er højere end sidst. Når det er sagt, ved vi godt, at der stadig er noget at arbejde på, og det tager vi seriøst.

På trods af det er partnerskaberne nu ved at blive realiseret, men på en lidt anden måde, end vi havde forestillet os. For bare at nævne nogle har vi indgået en aftale med Aarstiderne, der sikrer vores medlemmer rabat hos dem, og Aarstidernes kunder rabat, hvis de melder sig ind hos os. Vi havde Meny med som hovedsponsor på Organic Summit. Og vi har fx indgået et partnerskab med Netto, der bruger vores logo i tv-reklamer og tilbudsaviser.

Der er flere partnerskaber på vej, som vi glæder os til at fortælle jer om.

Salget af ØkologiRådgivning Danmark

I slutningen af 2025 valgte vi at sælge vores andel af ØkologiRådgivning Danmark, og det blev en realitet pr 1. januar 2026. Det gjorde vi, fordi vi lægger vægt på at sikre jer økologer så god rådgivning som muligt. Og i et skærpet felt af rådgivningsvirksomheder er en mere simpel ejerstruktur et must.

Det er vigtigt at gentage, at der er tale om en strukturel ændring. Vi har lavet en aftale med ØkologiRådgivning Danmark om at samarbejde mere og ikke mindre. Og vi kommer stadig til at bo dør om dør i Agro Food Park.

Det gode måltid, grøn vækst og liv i landdistrikterne

Det gode måltid er et konkret omdrejningspunkt for grøn omstilling – men også for vækst, beskæftigelse og liv i hele landet. Når flere offentlige og private køkkener vælger økologisk og mere plantebaseret, skaber det stabile markeder, der rækker langt ud over tallerkenen. Det giver afsætning til landmændene, aktivitet i forarbejdningen og arbejdspladser i både byer og landdistrikter.

I Økologisk Landsforening har vi i det forgangne år igangsat et målrettet arbejde for at tydeliggøre, hvordan en fordobling af økologien kan bidrage til grøn vækst. Foreningens Repræsentantskab og 10 fagudvalg har nedsat tværgående arbejdsgrupper, som på tværs af faggrupper og medlemskategorier samler viden og erfaringer om økologiens bidrag til beskæftigelse, lokale værdikæder, eksport og udvikling i landdistrikterne. Arbejdet omfatter både animalske og plantebaserede produktioner, forarbejdning, professionelle køkkener og markedsudvikling.

Målet er at samle dette arbejde i en fælles rapport i løbet af 2026, som kan dokumentere økologiens samlede bidrag til grøn vækst og fungere som et konstruktivt indspil til den politiske debat om fremtidens fødevarer- og landbrugspolitik. Det gode måltid bliver dermed ikke kun et spørgsmål om smag og sundhed, men en værdimæssig og økonomisk løftestang for et fødevarer-system i balance med naturen.

Ny struktur for udvalgene

Noget nyt vi er begyndt på, er at samle vores fagudvalg i klynger. Det har vi gjort, fordi vi tror på, at vi indenfor de forskellige grene af økologien kan inspirere og lære af hinanden. Vi har allerede set, at det virker, og det er vores indtryk, at fagudvalgene er glade for den forandring.

Sammen med klyngerne vil vi gerne lave flere arrangementer, som engagerer vores medlemmer og knytter dem tættere sammen – og tættere på os som forening. De mange nye personlige medlemmer, som vi gerne vil rekruttere, skal tilbydes flere aktiviteter, hvor der bygges bro til landmænd og virksomheder. Det er et element i vores strategi om at opbygge loyalitet og sikre fastholdelse af de medlemmer, der kommer ind. Medlemmerne skal have merværdi for medlemskabet.

Vi kan også se, at der sker noget nyt, når virksomhedsmedlemmer og landbrugere ser hinandens verdener på en ny måde. Det oplevede vi senest på BIOFACH, hvor vi havde en række primærproducenter med.

Målet med de forandringer er at få økologifortællingen ud at virke og skabe nogle flere økoambassadører.

EU og det internationale perspektiv

På EU-niveau står landbruget midt i en afgørende kursdiskussion om fremtidens fødevarer-system. Som forperson for Økologisk Landsforening deltager jeg aktivt i det europæiske arbejde – både i Farmers Group og i Steering Group – hvor vi arbejder direkte med lovgivning og med indspil til udformningen af den kommende fælles landbrugspolitik (CAP) og de overordnede EU-rammer for landbruget.

I det arbejde har det været et centralt fokus at bringe økologisk landbrug og regenerative landbrugsmetoder tydeligere ind i den europæiske dagsorden for fødevarer-sikkerhed, klima, biodiversitet og strategisk autonomi. Et gennemgående budskab er, at Europas evne til at producere

fødevarer – herunder protein – inden for planetens grænser forudsætter mere helhedsorienterede landbrugssystemer, hvor planteavl, husdyr, naturpleje og jordens frugtbarhed tænkes sammen.

I EU drøftes der aktuelt, hvordan den kommende CAP og EU-budgettet i højere grad kan belønne dokumenterede resultater som sund jord, reduceret inputforbrug, biodiversitet og robuste fødevarer systemer – frem for udelukkende at fokusere på praksiskrav. Vi har derfor sammen med andre gode organisationer lavet et udspil til, hvordan EU's landbrugsstøtte bør indrettes efter 2027. Det arbejde bliver der fulgt op på løbende og er afgørende for, at økologien får en stærk placering i EU's fremtidige landbrugspolitik og kan bidrage til løsninger på klima-, natur- og forsyningsudfordringer.

Når vi nu er ved EU, vil jeg også nævne Organic Summit, som vi afholdt med meget stor succes i 2025. Ved topmødet deltog mere end 400 beslutningstagere, virksomheder og interesseorganisationer fra over 40 lande og sluttede af med, at vi afleverede et fælles europæisk charter til det danske EU-formandskab. Charteret udstikker vejen mod 25 % økologi i EU i 2030. Vi arbejder videre ad det spor i en lidt anden kontekst, hvor vi har dannet det, vi kalder for et økologisk landshold, der skal sikre de bedste betingelser for, at EU kommer i mål med ambitionerne.

Fra Økodag til Økomaddag

I 2025 var vi arrangør for Økodag for sidste gang, efter vi har solgt brandet til Mejeriforeningen. Vi vil fortsætte med at fejre dagen sammen med mange af jer, der sidder her i dag. Økodag er og bliver en festdag for økologien, og der vil vi fortsat bruge Økodag til at løfte den økologiske fortælling og sætte spot på alt det gode, som økologien kan levere.

Salget af Økodag betyder langtfra, at det er slut med forbrugerevents i Økologisk Landsforening. Heldigvis har vi fortsat Økologisk Høstmarked, som vi glæder os til at holde igen i 2026, vi skal ud og være aktive på landets madfestivaler, og så har vi startet Økomaddag, hvor vi samler hele lokalsamfund om det økologiske bord. Vi drømmer stort og arbejder for, at Økomaddag kan udvikle sig i det kommende år og på sigt vokse sig stort og blive en event, som engagerer mange flere danskere.

Som I kan høre, har vi mange jern i ilden – og sådan skal det også være. Vi er en ambitiøs forening, der gerne vil skabe forandring. På markerne, supermarkedets hylder, i de professionelle køkkener og på forbrugernes tallerkner.

Heldigvis står Økologisk Landsforening stærkt. Vi er tydelige, synlige og relevante, men vi skal have flere medlemmer og løfte os endnu mere. Fundamentet skal være bedre, så vi kan skabe den forandring, vi ønsker os. Vi glæder os til at fejre de næste sejre med jer i det kommende år.

Bestyrelsen i Økologisk Landsforening, marts 2026.

Michael Kjerkegaard, forperson

Jonas Engberg, næstforperson

Henrik Jessen

Johanne Schimming

Solvejg Horst Petersen

Claus Bindlev