ØKOLOGISK LANDSFORENING

ØKOLOGISK MARKEDSNOTAT 2022

UDBUD OG EFTERSPØRGSEL

UDGIVET AF

Økologisk Landsforening
Agro Food Park 26, 8200 Århus N
Økologi.dk

SKRIBENTER

Chefkonsulent Helle Bossen, hb@okologi.dk
Journalist Malthe Karstensen, mka@okologi.dk
Journalist Simon Møbjerg Sørensen, sms@okologi.dk
Projektkoordinator Anne Stine Jørck, asj@okologi.dk

Støttet af
Promilleafgiftsfonden for landbrug

INDHOLDSFORTEGNELSE

DET ER NU, VI SKAL HOLDE FAST I ØKOLOGIEN 1
1. FÅ ET GRATIS OMLÆGNINGS- ELLER UDVIKLINGSTJEK 2
2. DET ØKOLOGISKE FORBRUG KOMMER TIL AT STIGE IGEN 3
3. DET ØKOLOGISKE AREAL 4
4. MARKEDET FOR ØKOLOGISKE MEJERIPRODUKTER 6
4.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE MEJERIPRODUKTER 6
4.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISKE MEJERIPRODUKTER 9
5. MARKEDET FOR ØKOLOGISK OKSEKØD 13
5.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISK OKSEKØD 13
5.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK OKSEKØD 15
6. MARKEDET FOR ØKOLOGISK GRISEKØD 19
6.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE SLAGTESVIN 19
6.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK GRISEKØD 21
7. MARKEDET FOR ØKOLOGISK FJERKRÆ 24
7.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE SLAGTEKYLLINGER 24
7.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK KYLLING 25
8. MARKEDET FOR ØKOLOGISKE ÆG 28
8.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE ÆG 28
8.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISKE ÆG 30
9. MARKEDET FOR ØKOLOGISKE GRØNTSAGER 33
9.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE GRØNTSAGER 33
9.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISKE GRØNTSAGER 35
10. MARKEDET FOR ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR 39
10.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR 39
10.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR 41
11. MARKEDET FOR ØKOLOGISK KONSUMKORN 45
11.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISK KONSUMKORN 45
11.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK MEL 47
12. MARKEDET FOR ØKOLOGISK BÆLGSÆD 50
12.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISK BÆLGSÆD 50
12.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISKE BÆLGFRUGTER 52
13. MARKEDET FOR ØKOLOGISK FODERKORN 55
VI HAR TALT MED 57

DET ER NU, VI SKAL HOLDE FAST I ØKOLOGIEN

Af Louise Køster, forperson i Økologisk Landsforening

Du sidder med en markedsrapport i hånden, hvor du kan aflæse udviklingen inden for de forskellige grene af økologien. Rapporten viser blandt andet forholdet mellem udbud og efterspørgsel inden for hver enkelt produktgren, og er du landmand, kan du få inspiration til, hvad du kan bruge din jord til, hvis du vil imødekomme efterspørgslen.

I en tid, hvor krisen presser økologien, er det afgørende, at vi bruger vores jord bedst muligt, så vi producerer de økologiske fødevarer, som danskerne efterspørger. På den måde opretholder vi den bedst mulige balance mellem det, vi producerer, og det danskerne vil have.

Tiderne er svære og økologien er presset. Men krisen presser også alt andet i samfundet - ikke mindst er priserne på de fleste varer steget. Selvom økologien har en indbygget robusthed og nyder stor loyalitet, er forbrugernes økonomi blevet strammere, og der er flere, der køber mindre økologi. Derfor skal økologien være omstillingsparat og tale ind i den nye virkelighed og de nye markedsvilkår.

I den nuværende situation er det heldigt, at økologien er vant til at kæmpe for sin plads. Det kommer os til gode nu, hvor vi skal tilpasse os markedets forandringer.

Det er nemlig blandt andet på grund af økologiens evne til at tilpasse sig og vise en anden vej, at det økologiske areal og salget af økologiske produkter i lang tid er vokset år for år. For danskerne ved godt, at de lægger god plante- og dyrevelfærd, omtanke for kloden og høj faglighed i deres indkøbskurve, når produkterne er økologiske. Danskerne har i stigende grad efterspurgt rene fødevarer og den bevidsthed er ikke forsvundet fra den ene dag til den anden. Den nuværende adfærd er betinget af økonomisk smalhals – snarere end et fravalg af økologien i bred forstand.

Vi ved også fra tidligere analyser af forbrugeradfærd, at flere stiller større krav til bæredygtighed i de produkter, de køber. Der er efterhånden også en fælles enighed om, at det kræver ændrede vaner at opnå en grøn omstilling. Det betyder, at der igen vil være et enormt potentiale for de økologiske fødevarer, når den økonomiske situation normaliseres.

Derudover har de danske politikere og EU-kommissionen ambitioner om at udbrede økologien for at sikre den grønne omstilling. Herhjemme har partierne bag landbrugsaftalen fra 2021 aftalt at fordoble det økologiske areal i 2030, og det mål har den nye SVM-regering netop gentaget i sit regeringsgrundlag. I EU har man tilmed formuleret en Farm-to-fork strategi, der skal sikre, at 25 % af landbrugsarealet i EU i 2030 er økologisk. Det agter vi i Økologisk Landsforening at holde dem op på.

Det er nu, at vi skal holde fast i økologien. Måske står du overfor at skulle skære ned på dele af din produktion i en periode og skal kigge på muligheder for at skalere op for noget andet eller noget nyt. Her er det væsentligt, at du ser dine muligheder i et langsigtet perspektiv og denne rapport kan måske give dig inspiration til justeringer, som giver mening for netop din bedrift. Husk også, at du hos Innovationscenter for Økologisk Landbrug kan booke et gratis omlægnings- eller udviklingstjek.

1. FÅ ET GRATIS OMLÆGNINGS- ELLER UDVIKLINGSTJEK

Er du konventionel landmand kan du også i 2023 booke et gratis omlægningstjek hos Innovationscenter for Økologisk Landbrug.

Innovationscenter for Økologisk Landbrug har nemlig også i 2023 fået midler fra Fonden for Økologisk Landbrug til et projekt med fokus på omlægning til økologi. Det sker efter et 2022, hvor der var stor efterspørgsel på at få lavet omlægningstjek.

”På trods af inflation og lavere købekraft – og dermed en frygt for faldende afsætning inden for økologi – har der i 2022 været en god efterspørgsel på at få lavet omlægningstjek, hvor mange konventionelle landmænd har undersøgt mulighederne for at producere økologisk. Det er udtryk for, at en omlægning ikke bare er en her-og-nu-beslutning, men en overvejelse, der indebærer et mere langsigtet syn på landbruget som helhed,” siger projektleder Jens Peter Hermansen til Innovationscenter for Økologisk Landbrugs hjemmeside, og fortsætter.

”Vi oplever, der er en tro på, at markedet og de politiske strømninger både nationalt og i EU peger i retning af et væsentligt større økologisk areal i fremtiden. Det tager mange danske landmænd bestik af, og den udvikling vil de gerne med på.”

Er du økolog, kan du ligeledes få et gratis udviklingstjek, få et nyt perspektiv på dit økologiske landbrug og få konkrete bud på, hvordan du kan udvikle din bedrift i takt med markedsudviklingen. Det kan være i form af alternativer til din nuværende afgrødesammensætning og i forhold til andre afsætningskanaler.

Kontakt Jens Peter Hermansen på mobil 61974910 for at aftale nærmere.

2. DET ØKOLOGISKE FORBRUG KOMMER TIL AT STIGE IGEN

- Trods stigende inflation og faldende efterspørgsel på økologi er trendforsker Flemming Birch positiv på økologiens vegne

Hvad kendetegner den økologiske forbruger under krisen?

For de fleste økologiske forbrugere er økologi stadig vigtigt, og de vil også fortsat købe økologisk under krisen, men de vil også noget andet. De vil gerne have et godt økologisk tilbud og forventer altså, at økologien agerer som det øvrige marked og giver svar på det, vi går og leder efter: de gode tilbud.

I de kategorier, der handler om dyrevelfærd, er forbrugerne tilsyneladende mere tilbøjelige til at skifte til noget billigere. Skrabeæg er overordnet set ikke mindre sunde end økologiske, men de bonner forskelligt ud på dyrevelfærd. Når vi presses økonomisk, og der bliver en stor proportional forskel på pris, er vi mere tilbøjelige til at slække på dyrevelfærd end på principper som klima, miljø og sundhed.

Hvorfor ser vi et fald i salget af økologi netop nu?

Vi omprioriterer vores indkøb, når der er krise. Vi bliver mere opmærksomme på, hvad der er vigtigst for os og betragter i højere grad vores køb som investeringer. Når vi så samtidig er omgivet af supermarkedernes prisfokus, så tænker vi, om det nu også er vigtigt, at det her produkt er økologisk. For nogen mennesker går økologi fra at være need to have til at være nice to have, og selv om det giver et lille stik i hjertet på dem, må de acceptere at gå lidt på kompromis i tider, hvor de er pressede.

Hvad betyder mediernes prisfokus for forbrugernes adfærd?

Medierne er med til at snakke krisen op, og det øger bevidstheden om prisniveau. Krisen er blevet kaldt leveomkostningskrisen, for vi bliver ramt på det, vi ikke kan vælge fra: mad, tøj, strøm, benzin og transport. Dem med de laveste indkomster er hårdest ramt, og når de ændrer adfærd, gør vi det allesammen. I Danmark kan vi nemlig godt lide, at vi er nogenlunde lige, så når dem med de laveste indkomster ændrer forbrug, gør vi det alle, fordi vi ikke kan være andet bekendt. Det er en form for forbrugsskam.

Hvad er fremtiden for økologien?

På kort sigt kan krisen betyde lukninger af virksomheder, men generelt har væksten i økologien været stor og konstant de sidste 20 år, og økologi er en trend, der er kommet for at blive. Var det ikke for krisen, havde jeg ingen forbehold for, at trenden ville fortsætte. Der er en enorm velvilje hos forbrugerne. Økologien er blevet mainstream, så jeg tror på, at der er tale om et midlertidigt skift i vaner, og at det økologiske forbrug kommer til at vækste igen.

Flemming Birch er trendforsker, forfatter, foredragsholder, ekspert i fødevareforbrug og detailhandel og driver firmaet Birch&Birch med Camilla Birch.

3. DET ØKOLOGISKE AREAL

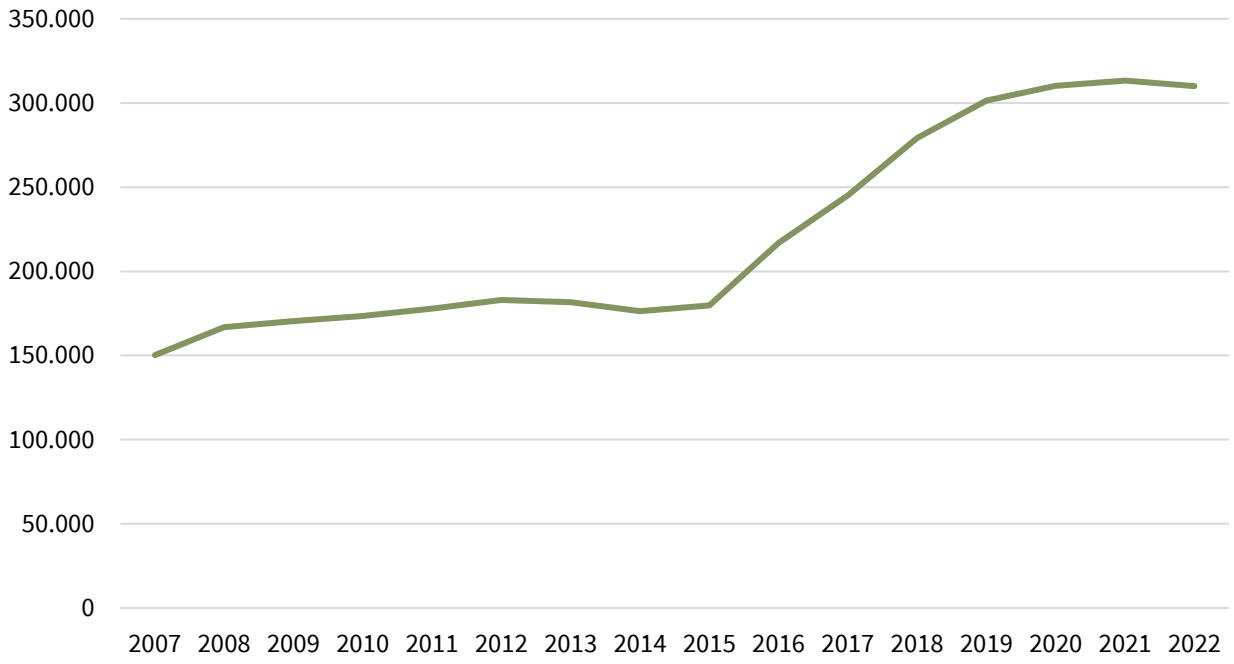
Det økologiske landbrugsareal i Danmark er mere end fordoblet de seneste 15 år, som det ses af figur 3. I mange år har flere landmænd lagt deres bedrifter om til økologi, så en større andel af det danske landbrugsareal nu er økologisk.

I 2007 var det økologiske landbrugsareal således 150.207 ha. I 2022 var det tal steget til 310.001 hektar ud af de tæt på 2,7 millioner hektar, der er optaget af landbrug. Dermed udgjorde økologien i 2022 11,7% af det samlede landbrugsareal i Danmark.

Lige nu er vækstraterne udfordret og det økologiske areal er således faldet en smule fra 2021 til 2022. Det er første gang siden 2014, at det økologiske areal er faldet i forhold til året før. Nogle medvirkende faktorer til faldet kan være, at omkostninger til foder og energi har været stigende pga. covid-19-pandemien og den ustabile verdenssituation, som har skabt usikkerhed på markedet. For flere produktionskategorier er differencen mellem de økologiske og konventionelle afregningspriser også blevet mindre, og dermed er det økonomiske incitament for at omlægge til økologisk produktion faldet på kort sigt.

Antallet af økologiske bedrifter er ligeledes faldet fra 2021 til 2022. I 2021 var der således 4.151 økologiske bedrifter, mens der i 2022 var 4.095 økologiske bedrifter. I sig selv ikke et voldsomt fald, men det er dog det første fald siden 2014. En af grundene kan være, at der har været stor omsætning på ejendomsmarkedet for landbrugsejendomme og at nogle økologiske bedrifter overtages af konventionelle landmænd og drives videre på konventionelle vilkår.

FIGUR 3.1 DET ØKOLOGISKE AREAL (HA)



Kilde: Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter 2022

4. MARKEDET FOR ØKOLOGISKE MEJERIPRODUKTER

4.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE MEJERIPRODUKTER

Langt det største økologiske areal i 2022 anvendes til mælkeproduktion, nemlig i alt 107.351 hektar svarende til 35 pct. af det totale økologiske produktionsareal i Danmark. Det areal er fordelt på 376 mælkeproducenter, hvor den største post på 43.574 hektar er fordelt på store bedrifter på 300-600 hektar.

Der var 15 færre økologiske mælkeproducenter i 2022 i forhold til 2021, se tabel 4.1.1 Samtidig er antallet af økologiske malkekøer faldet fra knap 82.000 stk. til godt 80.000 stk. Antallet af økologiske malkekøer har siden 2018 ligget på omkring 80.000 stk.

TABEL 4.1.1 ANTAL ØKOLOGISKE BEDRIFTER MED MÆLKEPRODUKTION

2017	2018	2019	2020	2021	2022
390	432	421	422	402	387

Kilde: Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter

Som det ses af figur 4.1.1, blev der i 2021 indvejet 748 mio. kg økologisk mælk i Danmark. I de ti første måneder af 2022 blev der indvejet 605 mio. kg økologisk mælk, hvilket er 4 pct. mindre end i samme periode i 2021. Den indvejede økologiske mælk i 2022 svarer til 12,8 pct. af den samlede mængde indvejet mælk på mejerierne.

Størstedelen af de økologiske mælkebedrifter er placeret i Sydjylland, Vestjylland og Nordjylland. Der er også en stor andel på Vest- og Sydsjælland samt i Østjylland (målt på tilknyttet areal).

Den lille tilbagegang skyldes ikke umiddelbart, at økologiske mælkeproducenter lægger om til konventionel produktion:

”Jeg har ikke set tilbagelægning, men der er nogle, som har solgt køerne og fortsætter som økologiske planteavlere. Og så er der en god omsætning på ejendomsmarkedet for tiden, hvor det ikke nødvendigvis er økologiske producenter, der overtager,” siger kvægchef og direktør Erik Andersen fra ØkologiRådgivning Danmark.

Det nuværende marked for kvægejendomme er favorabelt, og derfor har en del ældre landmænd nu friværdi til at afhænde bedriften og gå på pension.

Afregningsprisen for mælk er rekordhøj, og f.eks. Arla har hævet mælkeprisen hele ni gange i 2022. Med tillæg ligger Arlas mælkepris fra november på 486,7 øre pr. kg økologisk mælk. Samtidig er den konventionelle mælkepris på 445,3 øre pr. kg, hvis producenten kvalificerer sig til alle tillæg for bl.a. klimaregnskab.

Differencen mellem den økologiske og konventionelle mælkepris er dermed cirka halveret sammenlignet med 2019. Den let faldende tendens på økologitillægget presser de økologiske mælkeproducenter, hvor meromkostningerne ved den økologiske produktion ikke er faldet tilsvarende.

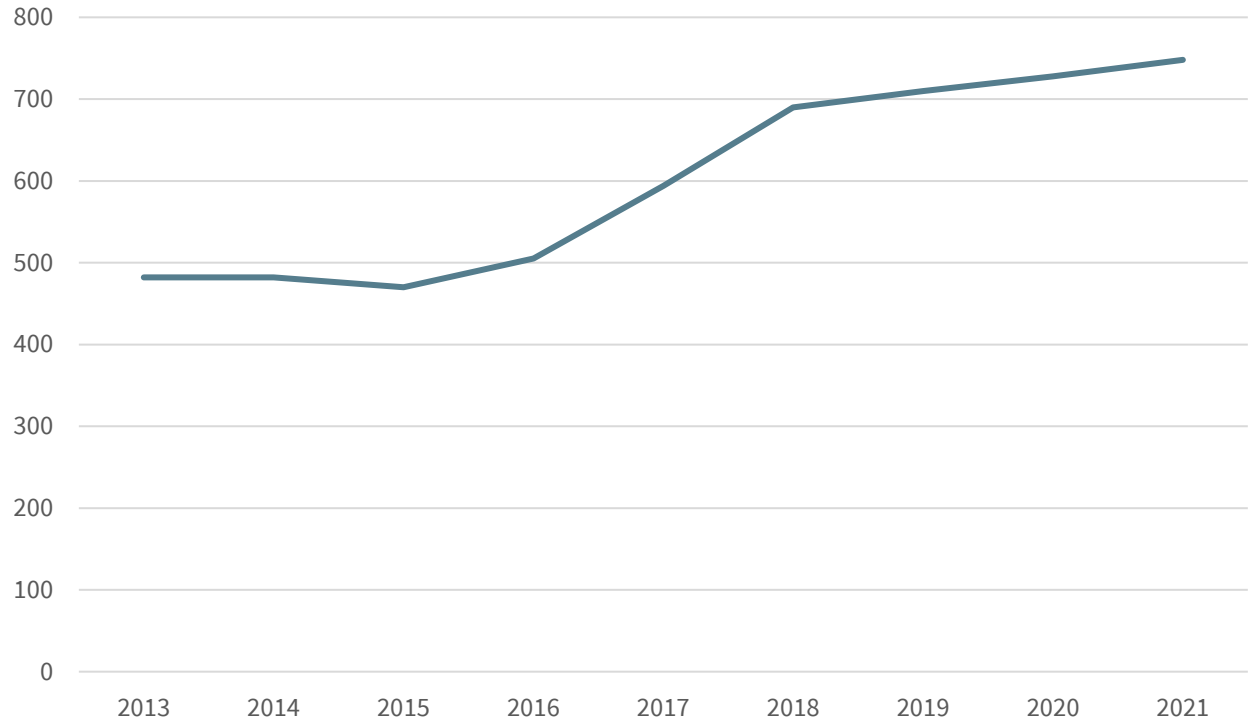
Derudover har 2022 været et udfordrende år i forhold til produktionen af grovfoder, der ikke er på niveau med tidligere år:

”Det er ret udbredt, at der mangler lidt på grovfoderlagrene. Majsen slog fejl, og vi håber på, at det bliver et fornuftigt forår i 2023, hvor vi kommer i gang i tide med første slæt. Det er stramt, og vi skal holde styr på tingene her til vinter, men det er ikke direkte problematisk,” fortæller Erik Andersen.

I 2022 er det ikke sikkert, at økologiske mælkeproducenter opnår samme dækningsbidrag som de konventionelle. Samme tendens gælder for 2023. Alligevel bevarer mange af de økologiske mælkeproducenter optimismen:

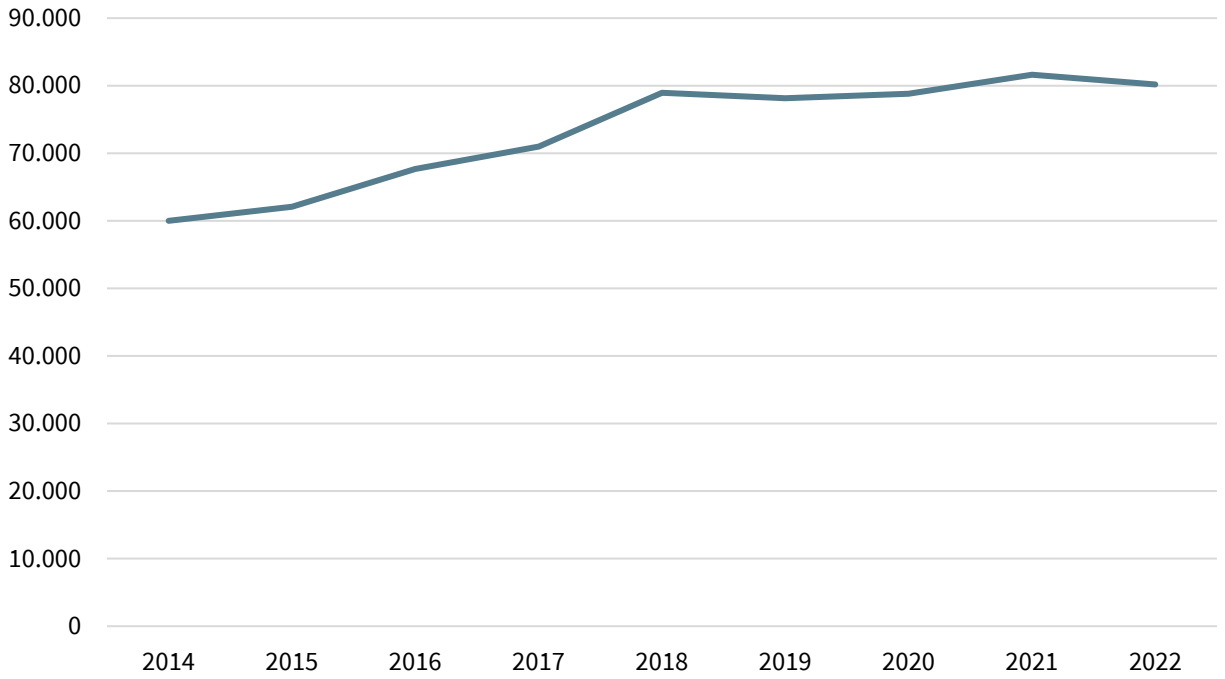
”Man skal huske på, at der kun har været ét år – i 2013 – i de seneste 20 år, hvor det har været økonomisk bedre at være konventionel mælkeproducent. Alle andre år har økologer haft de bedste dækningsbidrag. I 2013 var der nogle, som lagde tilbage til konventionel produktion, men mange af dem endte med at omlægge til økologi på ny,” siger Claus Østergaard fra ØkologiRådgivning Danmark.

FIGUR 4.1.1 INDVEJNING ØKOLOGISK MÆLK (MIO. KG.)



Kilde: Danmarks Statistik

FIGUR 4.1.2 ANTAL ØKOLOGISKE ÅRSKØER



Kilde: Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter

4.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISKE MEJERIPRODUKTER

Økologisk mælk har i mange år været betegnet som økologiens lokomotiv, fordi den økologiske mælk er det produkt, som har haft den største omsætning, og fordi mælken ofte er den økologiske vare, som mange forbrugere starter med at købe i økologisk kvalitet. Omkring en tredjedel af den mælk, som bliver drukket i Danmark, er økologisk.

Som det ses af nedenstående figur, er salget af økologisk mælk i dagligvarehandlen fordoblet fra 2015 til 2021, og det estimeres, at salget af økologisk mælk i 2022 i detailhandlen bliver på 1.363 mio. kr. Der er dermed tale om en stigning i salget målt i værdi på 3 pct. i forhold til 2021.

Ifølge data fra Kauza er den gennemsnitlige købspris for en liter mælk steget med 18 pct. i de første 3 kvartaler af 2022 sammenlignet med samme periode i 2021. Mængden af solgt økologisk mælk er samtidig faldet med 13 pct. i de første 11 måneder sammenlignet med samme periode i 2021. Den solgte mængde forventes således at blive på niveau med 2019 – året før coronakrisen.

Prisstigningerne på økologisk mælk har betydet en bevægelse mod billigere varianter. Forbrugerne trader også på økologisk mælk ned til billigere varianter, herunder private label, men den økologiske mælk har fortsat rigtig godt fat i forbrugerne.

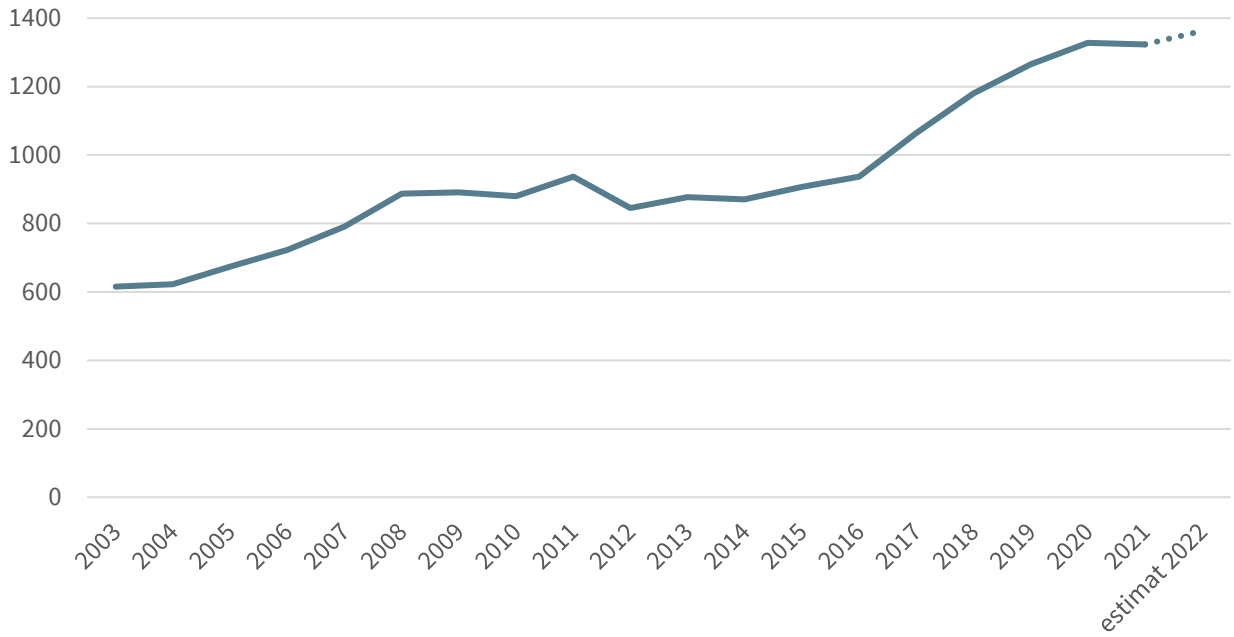
Derfor opleves nedgangen i salget af økologisk mælk i detailhandlen målt i mængde også snarere som et fald, der følger logisk af den stigning i salget, der var under den første corona-nedlukning i 2020, hvor alle arbejdede hjemme, og hvor restauranterne var lukkede. Der havde forbrugerne et markant større forbrug af basisvarer som blandt andet mælk end ellers, fordi de spiste mere hjemme.

”Det betyder ikke, at der ikke også er en kriseeffekt. Det er i hvert fald vores oplevelse, at forbrugerne er blevet mere opmærksomme på priser, og det påvirker de mængder, som de køber. Nogle familier vælger måske at købe 4 liter mælk i stedet for de 5 liter, de plejede at lægge i kurven. Nu drikker de måske et ekstra glas vand i stedet. De strækker tingene lidt længere og vil være sikre på, at de ikke skal smide noget ud,” siger Peder Jessen, der er sales og marketing director hos Thise.

På kort sigt har markedet ikke en forventning om at få hjælp af eksterne faktorer. For beskæftigelsen stiger fortsat, og råvarepriserne ser ud til at stagnere en smule. Fortsætter krigen i Ukraine med uformindsket styrke, og bliver inflationen ved med at stige, så kan det få betydning for kommende lønforhandlinger og skabe den negative spiral, der får priserne til at stige yderligere.

På lidt længere sigt er det forventningen, at den store forbrugertillid til mælk af økologisk kvalitet bliver opretholdt og styrket. Det skyldes, at forbrugerne i høj grad har forstået, at økologisk mælk udover køer på græs og dyrevelfærd også er med til at bidrage til rent drikkevand, og at de får en fødevare uden kemi. Og så vil miljø- og klimadagsordenen også fylde på lang sigt. Den agenda taler økologien også ind i, og det kan være katalysator for en styrket position for økologisk drikkemælk.

FIGUR 4.2.1 DETAILOMSÆTNINGEN AF ØKOLOGISK DRIKKEMÆLK 2003-2022 (MIO. KR.)



Kilde: 2003-21 Danmarks Statistik. 2022 estimat på baggrund af Kauza paneldata jan.-nov. 2022

FOODSERVICE

Som det ses af nedenstående tabel, lå salget af økologiske mælkeprodukter (bortset fra syrnede produkter) i foodservice på 204 mio. kr. i 2021, hvilket svarede til ca. 15% af detailmarkedet. Salget i foodservicesektoren i 2022 forventes at ligge højere end 2021-tallene.

Tilbagemeldingen fra nogle af de største danske grossister er, at økologien står stærkt, da den bygger på et solidt værdifællesskab, hvor høj kvalitet og bæredygtighed er i højsædet. Dermed er salget selvfølgelig stadigvæk følsomt overfor prisstigninger men ikke i helt så stort omfang, som det ellers ville været tilfældet. Der er en klar forventning om, at det økologiske marked vil fortsætte sin vækst på langt sigt, når den nuværende internationale krise løjer af. Nogle grossister oplever endda, at salget af økologiske produkter går op både på pris og mængde til trods for den nuværende økonomiske krise. Det er især efterskoler, kantinekæder og offentlige køkkener, der driver efterspørgslen – f.eks. er det danske forsvar ved at omlægge til økologi.

TABEL 4.2.1 SALG AF ØKOLOGISKE MÆLK OG FLØDE I FOODSERVICE (MIO. KR.)

2017	2018	2019	2020	2021
294	321	353	287	204

Kilde: Danmarks Statistik. Anm.: 2021 er mælkeprodukter bortset fra syrnet

EKSPORT/IMPORT

Som det ses af nedenstående tabel 4.2.2 blev der eksporteret økologisk mælk, fløde og mælkeprodukter for 654 mio. kr. i 2021. Det svarer til lidt under halvdelen af omsætningen på det danske detailmarked, og dermed er mælk en af de økologiske varegrupper, hvor eksporten spiller en stor rolle. Den store eksport af økologiske mejeriprodukter giver på den ene side gode muligheder for at eksportere eventuel overproduktion i Danmark, men den betyder også en sårbarhed i forhold til udefrakommende faktorer på verdensmarkedet.

Tyskland er det suverænt største eksportmarked for økologiske mejerivarer, mens Kina i de seneste par år har vokset sig til det næststørste marked. Mejerieksporten til Tyskland og øvrige nærmarkeder består af økologisk drikkemælk, smør og ost, mens eksporten til Kina primært er børneernæring/mælkepulver og langtidsholdbar drikkemælk.

TABEL 4.2.2 EKSPORT/IMPORT AF ØKOLOGISK MÆLK, FLØDE OG MÆLKEPRODUKTER (MIO. KR.)

	2017	2018	2019	2020	2021
Eksport	864	725	742	618	654
Import	47	64	79	73	37

Kilde: Danmarks Statistik

På grund af den store produktion af økologiske mejeriprodukter i Danmark er importen af økologiske mejerivarer begrænset. I 2021 blev der således kun importeret for 37 mio. kr. økologisk mælk, fløde og mælkeprodukter. Det er et fald i importen på 50% i forhold til 2020. Dette kan skyldes, at importtallene også dækker over videresalg.

01222

5. MARKEDET FOR ØKOLOGISK OKSEKØD

5.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISK OKSEKØD

Antal ammekøer i kødkvægproduktionen er steget jævnt fra 6.883 i 2015 til godt 10.000 i 2020, men er siden faldet til 9.600 i 2022, hvilket svarer til et fald på lidt over 5 pct. siden 2020. Udviklingen ses af figur 5.1 nedenfor. Af tabel 5.1 ses det, at der i 2021 blev slagtet 26.600 stk. økologisk kvæg. Det er en stigning på 6 pct. i forhold til 2020.

Hen over sommeren 2022 har der været høje afregningspriser på økologisk oksekød, og der har ikke været problemer med at komme af med slagtedyr, men nu lader efterspørgslen til at være fladet ud:

”Det har været en fest, og økologitillægget lå midt på sommeren på omkring 10 kr. pr. kg. Producenterne har fået op til 15.000-16.000 kr. for gode slagtedyr, men lige så hurtigt, som det gik op, er det ved at gå ned igen. Det gælder alle kødprodukter, der er blevet meget dyrere for forbrugerne,” siger kvægchef og direktør Erik Andersen fra ØkologiRådgivning Danmark.

Inflationen har formentlig fået forbrugerne til i mindre grad at købe dyre udskæringer, og derfor er hakket kød blevet det foretrukne valg. Det har betydet et fald i den pris, som producenterne får. Derudover meldes der visse steder om forsinkelser på aflevering af kreaturer til slagtning, hvilket medfører øgede foderomkostninger i den tid, hvor producenterne venter på at kunne komme af med dyrene.

Producenter samarbejder desuden med bl.a. Innovationscenter for Økologisk Landbrug om at udvikle et græskøds-koncept i Danmark, så forbrugerne kan få mulighed for at tilvælge oksekød fra naturplejekvæg.

Fra 1. januar 2022 blev brancheanbefalingerne strammet, så kun dyr, der er født økologiske, kan slagtes som økologiske. Det er en skærpelse af økologireglerne, hvor der tidligere kun har været krav om, at dyrene har levet økologisk i mindst de sidste tre fjerdedele af deres liv.

Der er en del økologiske levedyr, som videresælges til konventionel opfedning. Det er i særdeleshed tyrekalve fra mælkeproduktionen, der sjældent opfedes hos økologiske studeproducenter, som der ikke er mange af:

”Kalveprisen er ikke steget meget, men det er mælkeprisen. Når en kalv drikker 500 l mælk de første tre måneder af sit liv, er det svært at få den rigtige pris for kalven ved videresalg, og jo hurtigere man kommer af med den jo færre omkostninger. Det har ikke fremmet opfedningen af kalvene i økologien,” siger Erik Andersen.

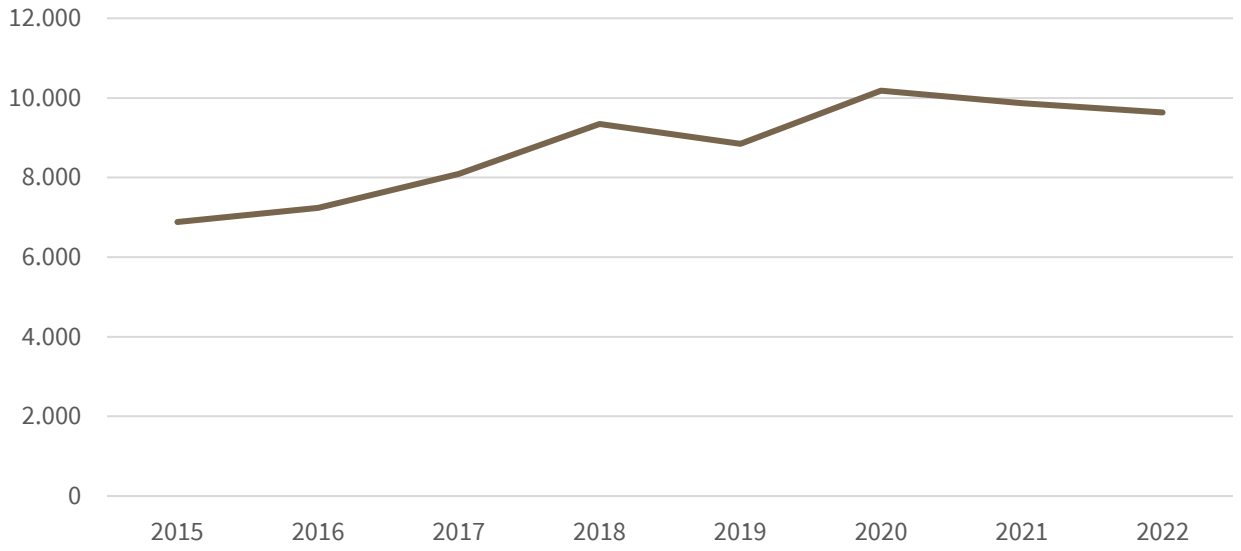
Der er således ikke umiddelbar mangel på dyr af økologisk oprindelse til oksekødsproduktion.

TABEL 5.1.1 ANTAL ØKOLOGISKE SLAGTEKVÆG (1.000 STK.)

2017	2018	2019	2020	2021
20,3	23,5	23,4	25,2	26,6

Kilde: Årsstatistik kvæg

FIGUR 5.1 ANTAL ØKOLOGISKE AMMEKØER



Kilde: Tillæg til Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter

5.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK OKSEKØD

Efter en årrække hvor salget af økologisk oksekød er steget år for år i detailhandlen, faldt det fra cirka 370 mio. i 2020 til 349 mio. kr. i 2021. Som det ses af nedenstående figur 5.2.1, så var salget i 2020 ekstraordinært højt, hvilket skyldtes de hårde corona-nedlukninger i 2020, hvor danskerne indtog mange af deres måltider i hjemmet. Ifølge data fra Kauza er salget af økologisk oksekød i detailhandlen målt i værdi faldet 1 pct. i de første 11 måneder af 2022, mens volumen er faldet 12 pct. Det estimeres, at der vil blive solgt 2.937 tons økologisk oksekød, hvilket er på niveau med 2019, hvor der blev solgt 3.193 tons. Markedet for økologisk oksekød presses således af stigende priser. En pakke økologisk hakket oksekød blev således købt til en gennemsnitspris, der var 13,8% højere i 2022 end i 2021.

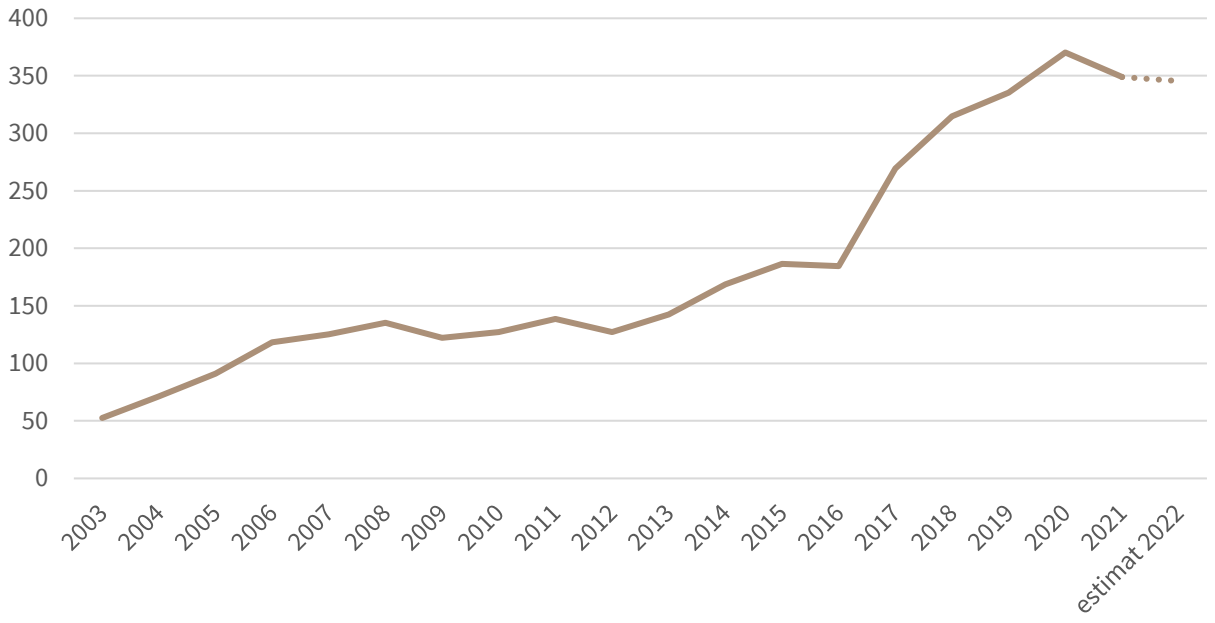
At danskerne har færre penge mellem hænderne betyder, at de mere sjældent putter økologisk oksekød i indkøbskurven. Helt generelt køber den økologiske kerneforbruger mindre økologi, og det er særligt de dyreste udskæringer, der er under pres, mens det går bedre for det hakkede oksekød.

Der er en generel bevægelse i detailhandlen mod tilbud og billigere produkter. Nogle forbrugere erstatter derfor økologisk oksekød med mindre pakker af økologisk oksekød, et konventionelt alternativ eller andre varer som for eksempel et plantebaseret produkt.

Salget af både konventionelt og økologisk oksekød i Danmark er også under pres, da der er stort fokus på miljø, klima og co_2-udledning i forbindelse med produktion af oksekød. I de nye officielle kostråd fra 2021 er kødet desuden svundet ind på tallerkenen og noget af kødet er blevet erstattet af plantebaserede alternativer. I fremtiden kan det fokus påvirke forbrugerne til at spise mindre oksekød.

I Frilands årsrapport 2021/2022 udtaler CEO Claus Hein sig dog positivt i forhold til den fremtidige afsætning: ” Efter regn kommer sol, men vi ved desværre bare ikke, hvornår bygerne letter. Det er nok det spørgsmål, som hele verden stiller sig. Vores strategi tror vi fortsat fuldt og fast på.”

FIGUR 5.2.1 SALG AF ØKOLOGISK OKSE- OG KALVEKØD I DETAILHANDLEN (MIO. KR.)



Kilde: 2003-2021 Danmarks Statistik. 2022 estimat på baggrund af data fra Kauza jan.-nov.

FOODSERVICE

Som det ses af nedenstående tabel, så faldt det samlede salg af økologisk kød til foodservicesektoren i 2020 og 2021, hvilket skyldtes corona-nedlukningerne. I 2021 blev der solgt for 51,6 mio. kr. økologisk kød til foodservice, hvoraf okse- og kalvekød udgjorde 30,0 mio. kr.

Tilbagemeldingen fra nogle af de største danske grossister er, at økologien generelt set står stærkt, da den bygger på et solidt værdifællesskab, hvor høj kvalitet og bæredygtighed er i højsædet. Dermed er salget selvfølgelig stadigvæk følsomt overfor prisstigninger men ikke i helt så stort omfang, som det ellers ville været tilfældet. I forhold til salget i 2022 er der på salget af kød bredt set (både okse, gris og fjerkræ) forskellige meldinger. Nogle grossister oplever vækst i salget på både pris og mænge, andre holder blot skansen og nogle melder om fald i salget af økologisk kød.

Grossisterne har dog en klar forventning om, at markedet vil fortsætte sin vækst på langt sigt, når den nuværende internationale krise løjer af. Det er især efterskoler, kantinekæder og offentlige køkkener, der driver efterspørgslen.

TABEL 5.2.1 SALG AF ØKOLOGISK KØD I FOODSERVICE (MIO. KR.)

2017	2018	2019	2020	2021
61,5	67,8	75,1	58,5	51,6

Kilde: Danmarks Statistik

EKSPORT/IMPORT

Eksporten af økologisk kød er steget markant de seneste år, og det mærker man også hos landets største økologiske kødvirksomhed Friland. Således viser tal fra Frilands seneste årsrapport, at omsætningen af økologisk oksekød til eksport er steget i deres seneste regnskabsår, og at de nu eksporterer en tredjedel af det oksekød, de sælger. Af nedenstående tabel 5.2.2. ses det, at der blev eksporteret for 102,5 mio. kr. økologisk oksekød I 2021, hvilket næsten er en fordobling af eksporten i forhold til 2020, hvor der blev eksporteret for 53 mio. kr.

Mens danske virksomheder eksporterer meget oksekød til udlandet, bliver der også importeret udenlandske økologiske kødprodukter, der potentielt kan presse danske varer ud af supermarkedernes kølediske og grossisternes udvalg. Frilands direktør Claus Hein understreger dog overfor avisen Økologisk Landbrug, at han ikke betragter udenlandske kød som en alvorlig konkurrent til det lokale kød. Han tror på, at de danskere, der foretrækker økologi og dyrevelfærd, også foretrækker kød produceret i Danmark.

TABEL 5.2.2 EKSPORT/IMPORT AF ØKOLOGISK KØD FRA KVÆG FERSK, KØLET EL FROSSET (MIO. KR.)

	2017	2018	2019	2020	2021
Eksport	32,1	27,2	40,0	53,0	102,5
Import	32,0	27,0	26,1	23,8	39,4

Kilde: Danmarks Statistik

6. MARKEDET FOR ØKOLOGISK GRISEKØD

6.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE SLAGTESVIN

I 2022 var der 61 økologiske svineproducenter, der har mere end 40 søer eller mindst 600 slagtesvin årligt. Det er en tilbagegang på 5 fra 2021.

Den økologiske svineproduktion blev udvidet i perioden fra 2015 til 2018, hvor antal årssøer steg fra godt 6.000 til over 14.000. Efter et fald i perioden 2018-2020 er antallet nu igen oppe over 14.000 årssøer. Slagtesvinsproduktionen blev i perioden 2015 til 2019 også udvidet, idet produktionen steg fra knap 120.000 til over 230.000 økologiske slagtesvin årligt. Tallet har siden da svinget mellem ca. 200.000 og 230.000 og lå i 2022 på godt 210.000, se figur 6.1 nedenfor.

Den økologiske notering for grisekød hos Friland var i 2021 særdeles høj og lå på 27 kr. pr. kg medregnet kvalitetstillæg. Det skyldtes, at der var stor og stigende efterspørgsel på økologisk grisekød til både hjemmemarked og eksport, og at det var muligt at sælge flere slags udskæringer end tidligere.

2016 var rekordår med en økologisk notering på 32,1 kr. pr. kg, som dog faldt til 22,6 kr. pr. kg i 2019. De økologiske svineproducenter har således oplevet store udsving i afregningspriserne.

Den konventionelle notering har været væsentlig lavere og har i perioder været under 9 kr. pr. kg, men er nu steget til omkring 12,6 kr. pr. kg i slutningen af 2022. I samme periode er den økologisk afregning faldet til 22,45 kr. pr. kg medregnet kvalitetstillæg.

2022 har været præget af stigende omkostninger til især foder, og det har presset de økologiske svineproducenter. Selvom Friland i sin årsberetning for 2021/2022 melder om en stigning i omsætningen på 5 pct., så lader efterspørgslen nu til at være stagneret, og det lægger en dæmper på noteringen og dermed også på produktionen. Nogle økologiske producenter er begyndt at sende slagtesvin til slagtning tidligere end forventet, da det ikke kan betale sig at fede dem op til normal slagtevægt qua de høje foderpriser.

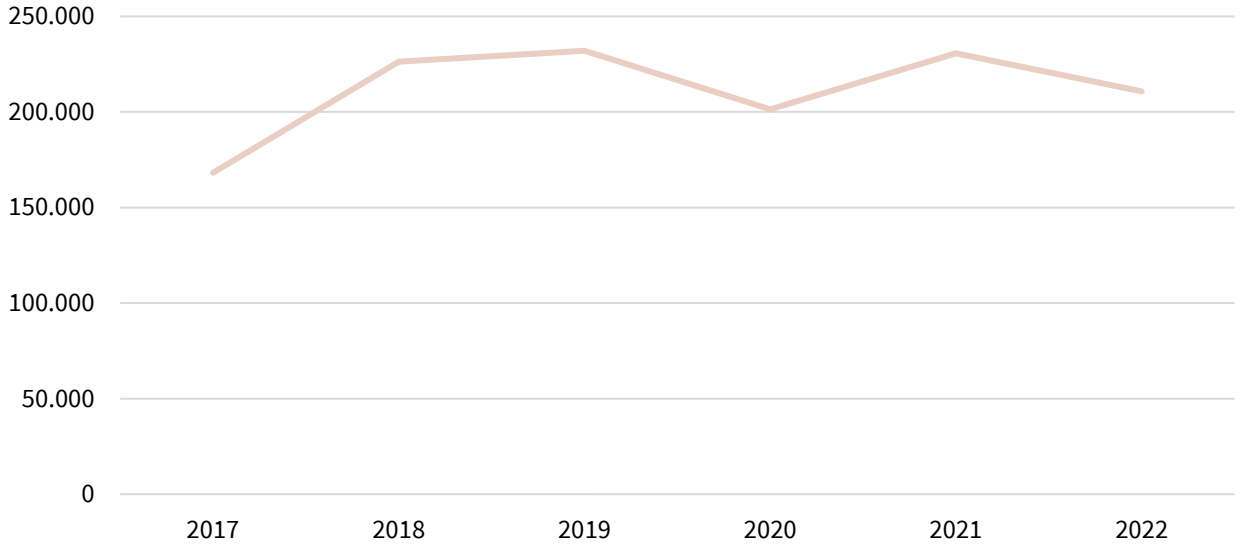
Derudover er der flere økologiske svineproducenter, som har nedskaleret produktionen ved at slagte nogle af deres avlssøer. Det gælder bl.a. landets største økologiske svineproducent, der overfor netmediet økonu.dk i efteråret 2022 fortalte, at han følte sig nødsaget til at skære en tredjedel af sin produktion væk. Samtidig er der flere producenter, som er stoppet i løbet af 2022, og faldet i antal bedrifter ser derfor ud til at fortsætte i 2022.

2022 har også været et fagligt udfordrende år for svineproducenterne, da de bl.a. skulle udfase zink, som har været givet mod diarré, og da de har måttet justere foderplaner pga. de høje foderpriser. Dispensationen til at bruge op til 5 pct. ikke-økologisk proteinfoder til smågrise er blevet forlænget indtil november 2023, men det forventes, at der efter høst 2023 kommer adgang til den nødvendige mængde og kvalitet af foder.

Reglerne om dyrlægeordinering af de obligatoriske bedøvelsesmidler i forbindelse med kastration af smågrise har også givet anledning til høje omkostninger til dyrlæge, særligt for de mindre producenter.

I 2023 handler det for de økologiske svineproducenter om at holde skansen, mens interessen fra nyomlæggere for tiden udebliver.

FIGUR 6.1 ANTAL ØKOLOGISKE SLAGTESVIN



Kilde: Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter

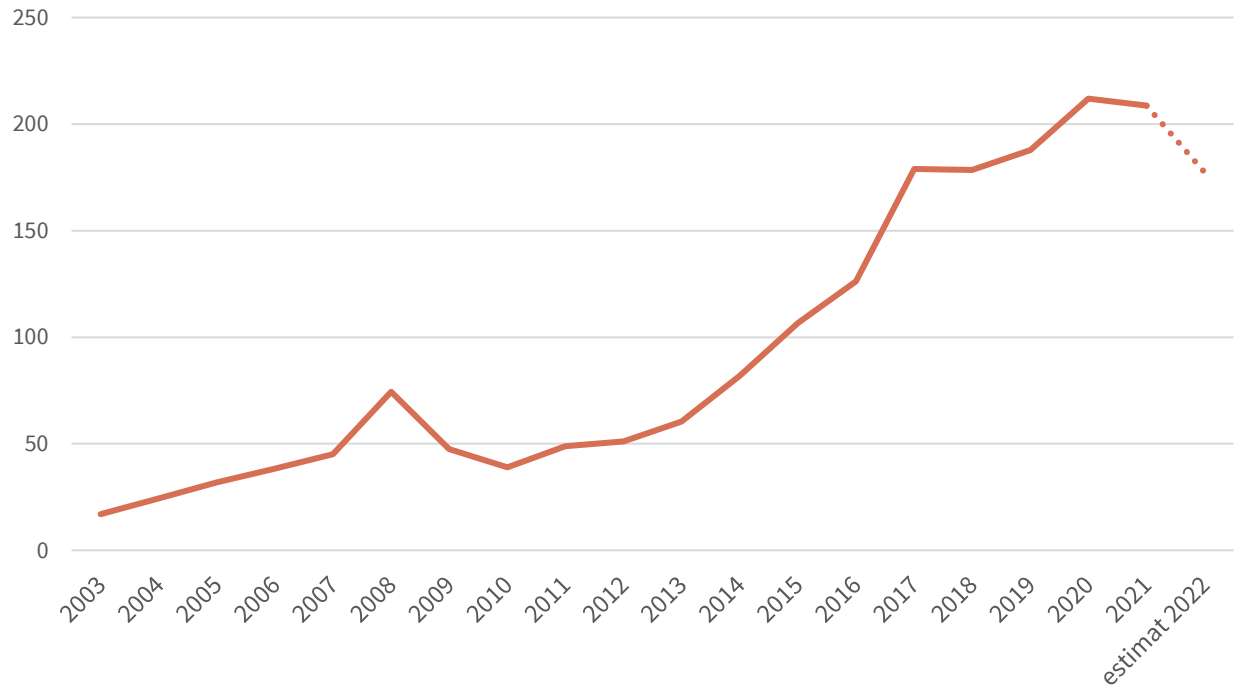
6.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK GRISEKØD

Salget af økologisk grisekød i detailhandlen har været stigende fra 2010 til 2020 for at stagnere i 2021, se figur 6.2.1. nedenfor. Der er i 2021 blevet solgt økologisk grisekød i detailhandlen for 209 mio. kr. svarende til 1.932 tons. De høje salgstal i 2020 og 2021 skyldes især corona-nedlukningerne, som betød et øget hjemmeforbrug og deraf følgende højere detailsalg. Ifølge data fra Kauza er salget af økologisk grisekød i de første 11 måneder af 2022 faldet 15% i værdi og 20% i volumen sammenlignet med samme periode i 2021. Data viser, at faldet skyldes, at forbrugerne dels lægger økologisk grisekød færre gange i indkøbskurven og dels vælger mindre mængder og billigere udskæringer. Det markante fald i salget skyldes den stigende inflation, men også det ekstraordinært høje detailsalg under corona-nedlukningerne i 2020-21. Salget i 2022 estimeres således kun at komme lidt under 2019-niveauet.

Landets største økologiske producent af kød Friland har da også netop i sin årsrapport berettet om en tumultarisk anden halvdel af regnskabsåret 2021/2022, hvor markedet har været ”ekstremt udfordrende”, som Frilands CEO Claus Hein formulerer det i en pressemeddelelse.

Der er da heller ingen forventninger om, at den nuværende situation bliver den nye normaltilstand. Snarere forventer Claus Hein, at den nuværende regulering i balancen mellem udbud og efterspørgsel vil være med til at normalisere situationen på et tidspunkt. Han tror generelt på, at økologi og dyrevelfærd også i fremtiden vil være efterspurgt i de danske køledиske.

FIGUR 6.2.1 SALG AF ØKOLOGISK GRISEKØD I DETAILHANDLEN (MIO. KR.)



Kilde: 2003-2021 Danmarks Statistik. 2022 estimat på baggrund af data fra Kauza jan.-nov.

FOODSERVICE

Som det ses af nedenstående tabel 6.2.1 så faldt det samlede salg af økologisk kød til foodservicesektoren i 2020 og 2021, hvilket skyldtes corona-nedlukningerne. I 2021 blev der solgt for 51,6 mio. kr. økologisk kød til foodservice, heraf var 21,6 mio. kr økologisk grisekød.

Tilbagemeldingen fra nogle af de største danske grossister er, at økologien står stærkt, da den bygger på et solidt værdifællesskab, hvor høj kvalitet og bæredygtighed er i højsædet. Dermed er salget selvfølgelig stadigvæk følsomt overfor prisstigninger men ikke i helt så stort omfang, som det ellers ville været tilfældet. I forhold til salget i 2022 er der også på salget af kød bredt set (både okse, gris og fjerkræ) forskellige meldinger. Nogle grossister oplever vækst i salget på både pris og mænge, andre holder blot skansen og nogle melder om fald i salget af økologisk kød.

Grossisterne har dog en klar forventning om, at markedet vil fortsætte sin vækst på langt sigt, når den nuværende internationale krise løjer af. Det er især efterskoler, kantinekæder og offentlige køkkener, der driver efterspørgslen.

TABEL 6.2.1 SALG AF ØKO KØD (EKSKL. FJERKRÆ OG FISK) I FOODSERVICE (MIO. KR.)

2017	2018	2019	2020	2021
61,5	67,8	75,1	58,5	51,6

Kilde: Danmarks Statistik

EKSPORT/IMPORT

Som det ses af nedenstående tabel 6.2.2 så steg eksporten af økologisk kød (undtaget kvæg) markant fra 2020 til 2021, hvor der blev eksporteret for 419,8 mio. kr. Langt størstedelen af denne eksport udgøres af grisekød. Dermed eksporteres der cirka dobbelt så meget økologisk grisekød, som der sælges på hjemmemarkedet.

Ifølge Frilands årsrapport 2021/2022 afsætter virksomheden tre fjerdedele af deres grisekød til eksportmarkedet og har en stigende omsætning på eksport i 2021/2022 sammenlignet med 2020/2021. Det største eksportmarked er Tyskland.

TABEL 6.2.2 EKSPORT/IMPORT AF ØKO KØD (UNDT. KVÆG) FERSK OF FROSSET (MIO. KR.)

	2017	2018	2019	2020	2021
Eksport	297,5	312,3	266,3	312,1	419,8
Import	58,7	78,4	41,2	40,0	48,0

Kilde: Danmarks Statistik

7. MARKEDET FOR ØKOLOGISK FJERKRÆ

7.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE SLAGTEKYLLINGER

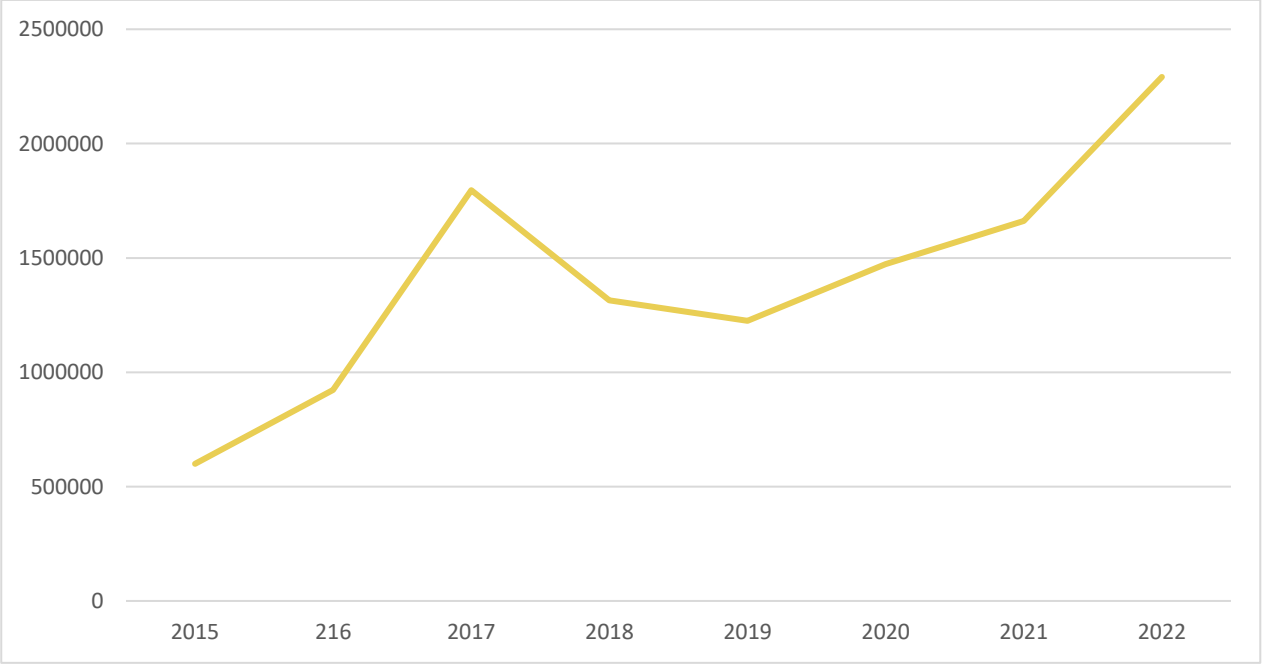
Antallet af økologiske slagtekyllinger var i 2022 1,66 mio., se figur 7.1.1. Det er en stigning på 38 pct. i forhold til antallet i 2021.

Rokkedahl i Himmerland, som er landets største slagtekyllingeproducent, har produceret slagtekyllinger i tre generationer. I 2022 forventer de at producere 2 mio. økologiske slagtekyllinger, som fodres med økologisk foder fra egne marker. Rokkedahl driver sammen med Danpo eget slagteri, hvor de fra sommeren 2023 udelukkende vil slagte kyllinger fra egen produktion.

Da markedet også her er udfordret planlægger Rokkedahl at nedskalere sin produktion af slagtekyllinger til det danske marked med 30% i 2023 og nogle år frem. Da en slagtekylling, afhængigt af type, tager et sted mellem 56 og 63 dage at producere, kan der forholdsvist hurtigt skrues op og ned for produktionsmængderne.

Det ændrer ikke på, at Rokkedahl er optimistiske på økologiens vegne og mener, at der igen vil komme vækst, når den internationale krise er drevet over.

FIGUR 7.1.1 ANTAL ØKOLOGISKE SLAGTEKYLLINGER (STK.)



Kilde: Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter

7.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK KYLLING

Danskernes privatøkonomi er presset som konsekvens af inflationen, der har betydet prisstigninger på blandt andet fødevarer. Særligt er salget af økologisk kylling og kyllingekød presset i konkurrencen med de billigere konventionelle danske produkter og ikke mindst de importerede udenlandske kyllinger fra lande som for eksempel Polen. Økologisk kylling er et af de økologiske produkter, som i forvejen har en lav markedsandel, fordi der er tale om et relativt dyrt produkt. Ifølge Kauza var markedsandelen for økologisk kylling i de 3 første kvartaler af 2022 under 2 pct.

Flere forbrugere er blevet tilbudsjægere og går nu efter madspildsprodukter eller den billigste kylling i køledisken i stedet for at handle ind med rene fødevarer og dyrevelfærd for øje. Og flere af dem, der fortsat køber økologisk, har også i højere grad end tidligere øje for prisen og downtrader ved fx at vælge de billigere udskæringer eller den hele kylling, hvor kiloprisen er væsentlig billigere end for f.eks. brystfilet. Mediernes fokus på de stigende priser er også med til at bevidstgøre dem, der ikke er i økonomiske vanskeligheder om, at de skal spare.

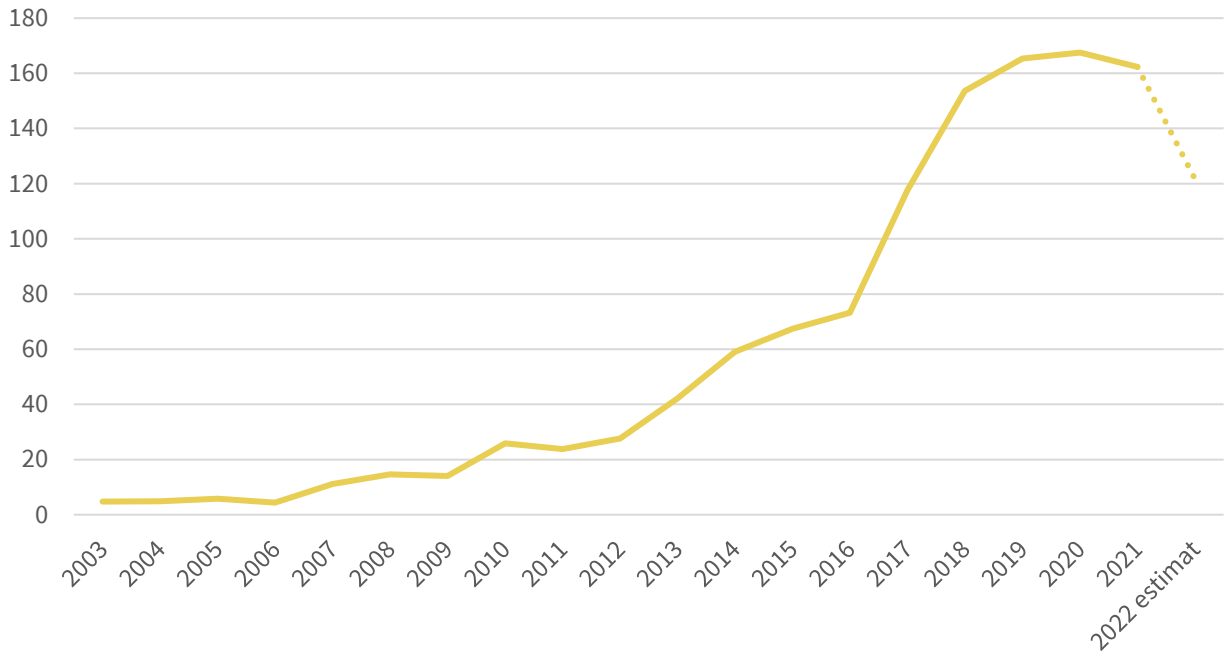
Som det ses af nedenstående figur 7.2.1 blev der i 2021 solgt for 162 mio. kr. økologisk kylling i detailhandlen. Ifølge data fra Kauza faldt salget i værdi med 25 pct. i de første 11 måneder af 2022 sammenlignet med samme periode i 2021, mens salget af økologisk kylling målt i mængde på samme tid faldt med 32 pct.

Der er dog stadig plads i køledisken til de økologiske kyllinger, og branchen fastholder også deres økologiske brands ud fra en analyse om, at det er økonomien og ikke økologien, den er gal med. Forhåbningen er, at energikrisen, inflationen og mediernes fokus på de stigende priser fortager sig, når vinteren 2022-2023 er overstået.

På kort sigt er der altså ikke ændringer i køledisken på vej, men på langt sigt kan de omvæltninger, der er på markedet lige nu, få konsekvenser for muligheden for at øge den økologiske markedsandel. I hvert fald er producenterne i gang med at nedskalere produktionen, fordi der lige nu er mange økokyllinger i overskud.

Hos Rokkedahl, som er landets største producent af slagtekyllinger, mærker de ændringerne i markedet, og de reducerer derfor deres produktion af kyllinger til det danske marked med 30 procent. De tror dog fortsat på vækst i det økologiske salg i fremtiden og at ready to eat-produkter som nuggets og frikadeller vil bære en del af den vækst.

FIGUR 7.2.1 SALG AF ØKOLOGISK KYLLING OG KYLLINGEKØD I DETAILHANDLEN (MIO. KR.)



Kilde: 2003-2021 Danmarks Statistik. 2022 estimat på baggrund af Kauza data jan.-nov.

FOODSERVICE

Salget af økologisk fjerkræ til foodservice er ligeledes meget begrænset. Ifølge Danmarks Statistik blev der således solgt for 3,7 mio. kr. økologisk kylling til foodservicesektoren i Danmark i 2021

EKSPORT/IMPORT

Der findes ikke offentlige data for eksporten og importen af økologisk kylling, men den vurderes at være meget begrænset. Landets største producent af kyllinger planlægger en nedskalering på 30-40% i forhold til eksporten i 2023. Også i forhold til eksporten, er Rokkedahl dog optimistiske på økologiens vegne og mener, at der igen vil komme vækst, når den internationale krise er drevet over.

8. MARKEDET FOR ØKOLOGISKE ÆG

8.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE ÆG

I 2022 er der knap 1,2 mio. økologiske æglæggende høns i Danmark foruden opdræt og rugehøner. Det er et fald på 4 pct. i forhold til 2021.

Generelt har den økologiske ægproduktion været stigende fra 2014 til 2019 fra et niveau på knap 600.000 til knap 1,3 mio. æglæggende årshøns, men siden 2019 er der sket en mindre reduktion af produktionen, se figur 8.1.1.

Ifølge Fødevarestyrelsens indberetningsstatistik blev der i 1. halvår 2022 indvejet 12,6 mio. kg økologiske æg. Det er 2,3 pct. mindre end i 1. halvår 2021. Udviklingen i indvejningen ses i figur 8.1.2.

De økologiske ægproducenter har haft et usædvanligt udfordrende år i 2022. Først og fremmest har året budt på de værste udbrud af fugleinfluenza nogensinde, og det påvirker både høns og økonomi negativt, at der i perioder har været påbud fra myndighederne om at holde fjerkræ indendørs.

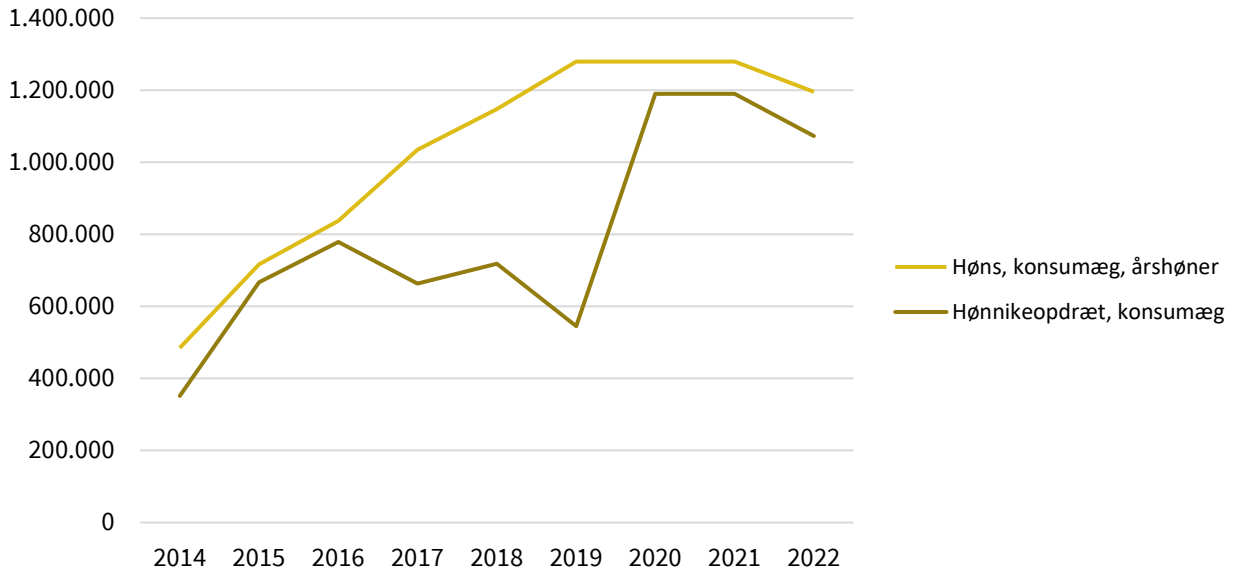
Dernæst vakte det stor opsigt, da forskere konkluderede, at 85-95 pct. af alle høner – også de økologiske – har frakturer på brystbenene, der opstår ved æglægning. Den opdagelse afstedkom bl.a. tabet af mærkatet ”Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse” på de økologiske æg, ligesom Veganerpartiet politianmeldte flere producenter, heriblandt økologer (sagerne blev senere afvist af politiet). Alt andet lige har disse sager påvirket ægproduktionens omdømme negativt.

Samtidig har noteringen og dermed afregningsprisen været let faldende på grund af et voksende udbud de seneste år, hvor flere ægproducenter har omlagt til økologi i takt med detailhandelens udfasning af buræg. Flere aktører har i medierne fortalt om overproduktion.

Høje foderpriser sammenholdt med, at noteringen ikke er fulgt med opad, har betydet, at enkelte økologiske ægproducenter er gået konkurs i 2022. Branchen forventer dog, at efterspørgslen på økologiske æg vil stige igen.

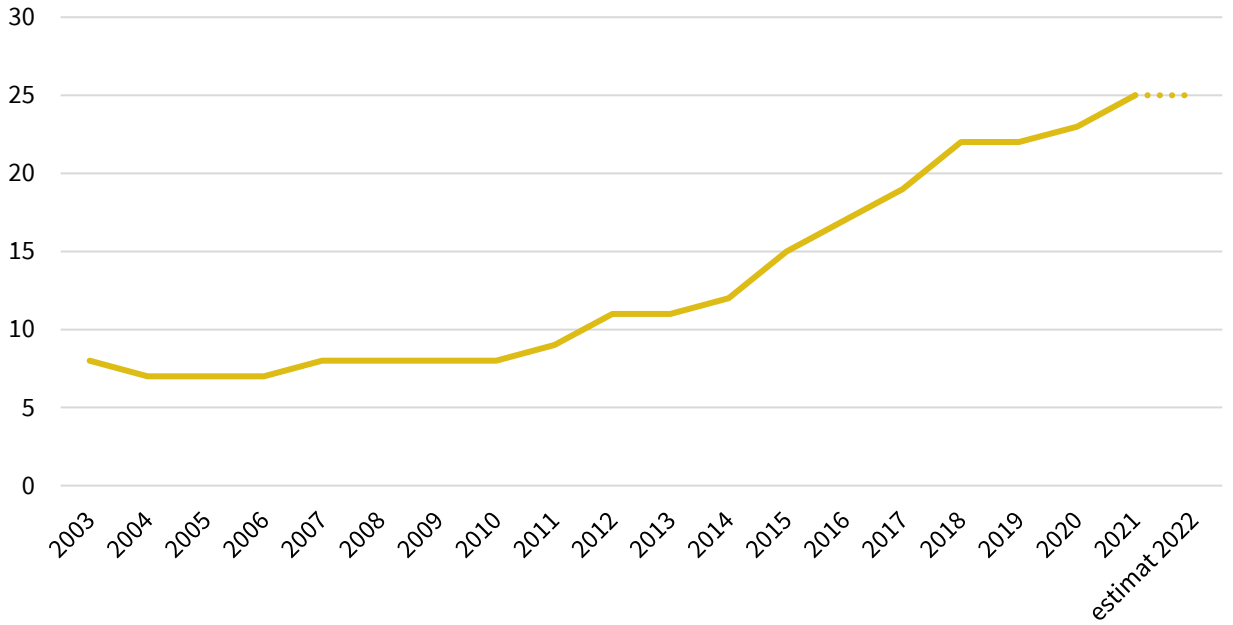
I en artikel i AgriWatch udtrykker både Dava Foods og Dueholm, at de er enige om, at den nuværende situation er midlertidig, men hvornår markedet normaliseres vil de ikke spå om, da det afhænger af den økonomiske situation generelt i samfundet.

FIGUR 8.1.1 ANTAL ØKOLOGISKE ÅRSHØNER OG HØNNIKE OPDRÆT



Kilde: Statistik over økologiske landbrugsbedrifter

FIGUR 8.1.2 ANTAL PRODUKTION AF ØKOLOGISKE ÆG (MIO. KG.)



Kilde: Danmarks Statistik

8.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISKE ÆG

Salget af økologiske æg i detailhandlen er faldet i de første 11 måneder i 2022, da de danske forbrugere har ændret købsadfærd på grund af inflationen, der forårsager en forringet købekraft. Nogle trader ned til private label, mens andre går efter tilbud. Endelig er der også de forbrugere, som putter de samme ting i indkøbskurven, men vælger mindre enheder, f.eks. 8 æg i stedet for 10.

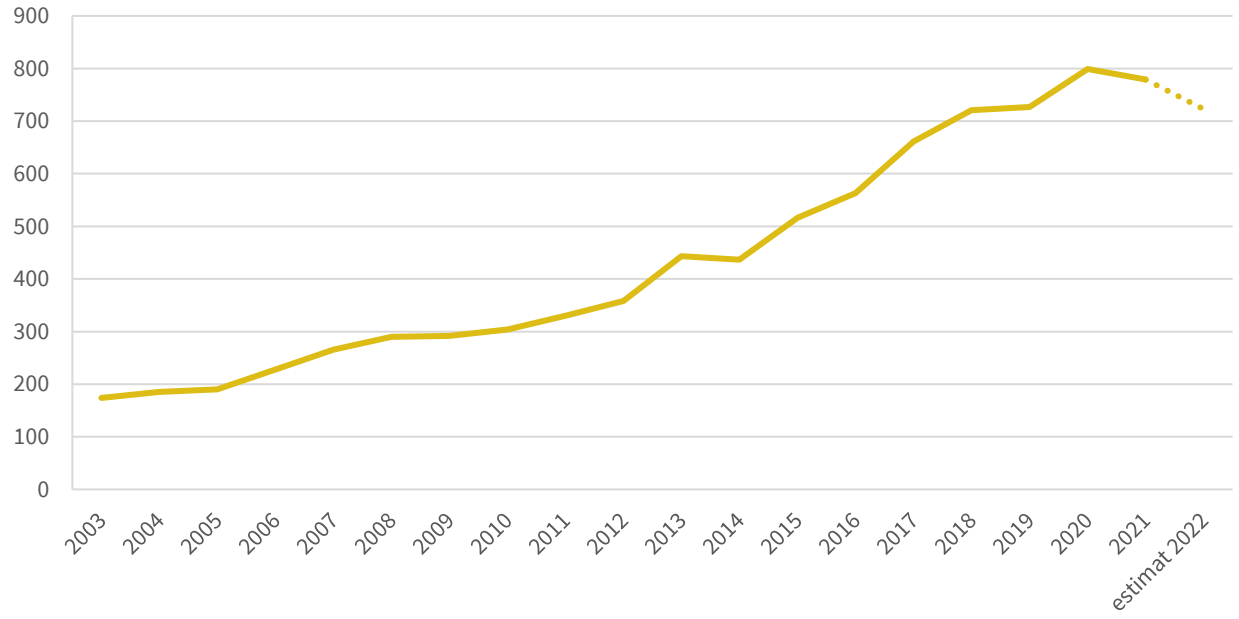
Som det ses af figur 8.2.1 nedenfor, blev der solgt for 779 mio. kr. økologiske æg i detailhandlen i 2021. I forhold til 2020, hvor der var tale om et ekstraordinært højt salg i detailhandlen på grund af corona-nedlukningerne, er der tale om et fald i salget på 20 mio. kr. i 2021.

Ifølge data fra Kauza faldt salget af økologiske æg yderligere 8 pct. i værdi og 11 pct. i volumen i de første 11 måneder af 2022. Markedet for økologiske æg i detailhandlen i 2022 har således været præget af en markant stigning af andelen af økologiske æg solgt på kampagne.

Knap halvdelen af de æg, som bliver solgt i detailhandlen, er økologiske, og på længere sigt er der store forventninger til, at den økologiske markedsandel øges. DAVA Foods har nedskaleret sin produktion for at imødegå de nye markedsvilkår og tror på, at de kan undgå at lave yderligere justeringer:

”Vi tror på, at vi har lavet de tilpasninger, der skal til, medmindre krisen er dybere, end vi regner med. Æg er et bæredygtigt produkt med lav klimapåvirkning, og det er et godt alternativ til vores proteinindtag i en tid, hvor vi taler meget om at skære ned på forbruget af kød og skrue op for andre proteinkilder som f.eks. æg. På baggrund af det tror vi også på, at forbrugerne vil fortsætte med at efterspørge økologiske æg, og at vi får brug for flere økologiske æg i fremtiden,” siger Ivan Noes, der er CEO for DAVA Foods i Danmark.

FIGUR 8.2.1 SALG AF ØKOLOGISKE ÆG I DETAILHANDLEN (MIO. KR.)



Kilde: 2003-2021 Danmarks Statistik. 2022 estimat baggrund af data fra Kauza jan.-nov.

TABEL 8.2.1 SALG AF ØKOLOGISKE ÆG I DETAILHANDLEN (MIO. KG.)

	2017	2018	2019	2020	2021	Jan.-nov. 2022
Økologiske æg	13,8	15,2	15,8	17,7	19,8	17,6

Kilde: 2017-2021 Danmarks Statistik. 2022 Kauza

FOODSERVICE

Hvor corona-pandemien i 2020-2021 har bevirket et stigende salg af økologiske æg i detailhandlen, er der blevet solgt langt færre æg til foodservicesektoren, da hoteller og restauranter mv. har været lukkede i lange perioder. Salget af økologiske æg til foodservice lå i 2021 på 83,7 mio. kr., hvilket svarer til 12 pct. af salget i detailhandlen.

Tilbagemeldingen fra nogle af de største danske grossister er, at økologien står stærkt, da den bygger på et solidt værdifællesskab, hvor høj kvalitet og bæredygtighed er i højsædet. Dermed er salget selvfølgelig stadigvæk følsomt overfor prisstigninger men ikke i helt så stort omfang, som det ellers ville været tilfældet. Grossisterne har desuden en klar forventning om, at det økologiske marked vil fortsætte sin vækst på langt sigt, når den nuværende internationale krise løjer af. Det er især efterskoler, kantinekæder og offentlige køkkener, der driver efterspørgslen.

EKSPORT/IMPORT

Som det ses af tabel 8, blev der i 2021 eksporteret for 57,4 mio. kr. økologiske æg. Ligesom på hjemmemarkedet er forbrugerne på eksportmarkederne også presset af inflationen, og derfor forventer eksport- og foodservice direktør i DAVA Foods Jens Madsen heller ikke, at eksporten af økologiske æg vil vække i 2022. Det største eksportmarked for økologiske æg er Tyskland, men der eksporteres også til lande i Mellemøsten. I 2022 blev der ligeledes eksporteret økologiske æg til Frankrig, som har været hårdt ramt af fugleinfluenza.

Importen af økologiske æg lå i 2021 på 15,3 mio. kr. De importerede økologiske æg bliver primært anvendt i industrien.

TABEL 8.2.2 EKSPORT/IMPORT AF ØKOLOGISKE ÆG OG ÆGGEBLOMMER (MIO. KR.)

	2017	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
Import	10,5	11,9	17,3	9,4	15,3
Eksport	49,7	45,8	46,3	48,6	57,4

Kilde: Danmarks Statistik

9. MARKEDET FOR ØKOLOGISKE GRØNTSAGER

9.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISKE GRØNTSAGER

Der blev dyrket 7.039 hektar med økologiske grøntsager, rodfrugter mv. i 2022, svarende til 7,5 pct. af det samlede indberettede areal for disse afgrøder. En lang række almindelige grøntsager og rodfrugter bliver i høj grad dyrket økologisk. Mere end halvdelen af det dyrkede areal med bl.a. grønkål, pastinak, rodpersille, rødbede, jordskok, rabarber, tomat og agurk er økologisk i 2022.

De fleste typer økologiske grøntsager er i fremgang, når man ser på dyrkningsarealet. Fra 2015 til 2022 er det økologiske areal med f.eks. bladselleri mere end tidoblet, mens arealet med økologiske gulerødder i samme periode er steget med 66 pct. Samtidig er økologiandelen steget for mange grøntsager. F.eks. var 57,7 pct. af det dyrkede areal med gulerødder økologisk i 2022, hvor det i 2020 var under halvdelen af arealet.

Det samlede økologiske areal med grøntsager faldt dog fra 2021 til 2022 med 691 hektar svarende til et fald på 9 pct. Relativt set har tilbagegangen været stor for bl.a. asparges og hvidkål, hvor arealet mellem 2021 og 2022 er faldet med mere end 40 pct. Omvendt er arealerne med kinakål og spinat steget med hhv. 33 og 54 pct.

De vigtigste økologiske grøntsager, der dyrkes på friland, er gulerod, løg, salat, kål, porre, diverse rodfrugter, blomkål og broccoli. Dertil kommer en betydelig produktion af spisekartofler. Målt på areal er sukkerroer også en vigtig afgrøde med 591 hektar i 2022, selvom økologiandelen blot er 1,9 pct. Se desuden tabel 9.1 nedenfor.

Økologiske grøntsager er højværdiafgrøder, der ofte har et højt økonomisk bruttoudbytte pr. hektar. Indtægtspotentialet er stort, men der er samtidig høje omkostninger og risici forbundet med produktionen. Særligt svampesygdomme og skadedyr er skyld i, at udbytterne for visse afgrøder ligger på halvdelen af de konventionelle udbytter, det gælder f.eks. for løg.

Det kræver ofte specialmaskiner og en høj startkapital at dyrke grøntsager professionelt. Grøntsagsproducenterne er ofte store og specialiserede, og en del producenter ejer også selv pakkerier.

Der kan være store udsving i dækningsbidragene, der bl.a. afhænger af vejret i dyrkningssæsonen. 2022 har været et usædvanligt produktionsår med meget høje høstudbytter, der bl.a. skyldes et tørt forår, hvor etablering af såbed og den mekaniske ukrudtsbekæmpelse var nem.

Generelt er der en forventning om et stabilt niveau i det økologiske udbud i kommende år, om end der er en bekymring for tilbagegang. I 2023 vil producenterne muligvis i højere grad dyrke basisvarer frem for dyrere nicheafgrøder for at imødekomme den oplevede forbrugertendens mod billigere fødevarer.

TABEL 9.1 AREAL MED ØKOLOGISKE GRØNTSAGER OG RODFRUGTER 2022 (HA)

	Økologisk areal	Andel økologisk (%)
Kartofler, stivelse	4	0,0
Kartofler, spise	1763	25,1
Kartofler, chips/pommes frites	99	4,1
Sukkerroer	591	1,9
Asparges	18	8,7
Bladselleri	89	98,6
Blomkål	98	23,3
Broccoli	180	46,3
Courgette, Squash	14	77,0
Grønkål	102	77,0
Gulerod	1224	57,7
Hvidkål	26	20,9
Kinakål	4	12,3
Knoldselleri	46	47,1
Løg	375	27,3
Pastinak	72	79,2
Rodpersille	43	69,8
Porre	57	19,8
Rosenkål	5	25,8
Rødbede	141	57,5
Rødkål	21	11,7
Salat (friland)	308	38,1
Savoykål, spidskål	211	43,2
Spinat	43	40,5
Sukkermajs	33	10,1
Ærter, konsum	916	33,9
Jordskokker, konsum	90	78,1
Bladpersille	9	100
Krydderurter, andre	21	77,3
Rabarber	63	84,1
Tomater	7	100
Agurk	9	100
Svampe, champignon	2	100

Kilde: Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter 2022

9.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISKE GRØNTSAGER

Salget af økologiske grøntsager er steget markant de seneste 5-10 år, og salget fylder derfor også langt mere end tidligere. De sidste par år har markedet ydermere været hjulpet af de nye kostråd og det øgede fokus på at få mere grønt på tallerkenen. Folk vil i stor udstrækning gerne spise mere grønt, og der er en række bloggere, influencere og trendsættere på sociale medier, der promoverer rodfrugter, kål og grove grøntsager.

Samtidig beretter GASA Nord Grønt, at der også er godt salg i convenience-produkter. Det er for eksempel forarbejdede økologiske grøntsager som snitgrønt, salatmix og blomkålsbuketter.

Imidlertid er der ifølge data fra Kauza også samlet set sket et fald i salget af økologiske grøntsager i jan.-nov. 2022 på 9 pct. sammenlignet med samme periode i 2021. Men går vi tilbage til det seneste normale år – altså det seneste år uden corona – så er salget af økologiske grøntsager højere nu. I 2021 blev der ifølge Danmarks Statistik solgt økologiske grøntsager i detailhandlen for 3,9 mia. kr.

Der er dog en forventning om, at faldet i salget af grøntsager kan fortsætte lidt endnu, fordi mange forbrugerne trader ned – altså køber et billigere private label-produkt i stedet for et dyrere brandet produkt. Nogle køber mindre pakker, får ting til at række længere og har fokus på at undgå madspild. Andre vælger konventionelle produkter frem for økologiske.

Nu hvor inflationen er høj, er der et langt større prisfokus fra forbrugerne, men danskerne holder fortsat øje med de danske økologiske varer og forventer, at de er der. De oplever bare et stort prisgab mellem dansk økologisk, udenlandsk økologisk, dansk konventionelt og udenlandsk konventionelt. Det betyder, at de danske økologiske grøntsagers konkurrenceevne bliver dårligere.

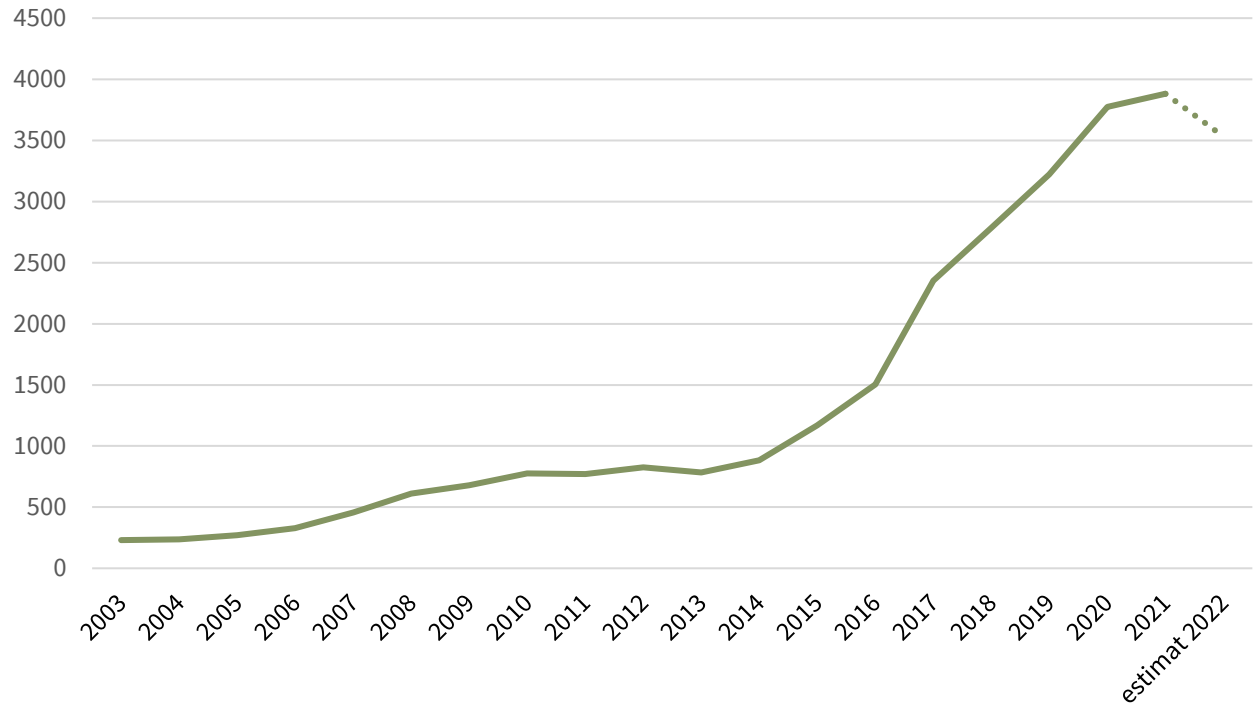
Der er derfor også en forventning om, at de varenumre, hvor prisgabet mellem økologisk og konventionelt er størst, vil falde yderligere. Det gælder især special- og nichevarer som for eksempel svampe, broccoli og blomkål.

På den lange bane er danske forbrugere dog på vej mod en sundere madkultur, hvor økologi er en vigtig hjørnesten. Dertil vil markedet også i fremtiden være hjulpet af det store fokus på klima og bæredygtighed og de nye officielle kostråd, hvor alternativer til kød fylder endnu mere på tallerkenen.

”Forbrugerne efterspørger økologiske danske grøntsager, og vi forventer, at der i fremtiden kommer en stor vækst på det her marked. Det afgørende er, at prisen er konkurrencedygtig, og at de økologiske danske produkter formår at differentiere sig fra de udenlandske, så de kobles til den bæredygtighed, som forbrugerne også efterspørger,” siger Falke Løvsø, der er Marketing- og udviklingschef hos GASA Nord Grønt.

Flere økologiske grøntsager har en høj markedsandel, fx havde økologiske gulerødder en markedsandel på 56,9 pct. i 2021, og i 2022 valgte detailkæderne udelukkende at sælge økologiske spisegræskar.

FIGUR 9.2.1 SALG AF ØKOLOGISKE GRØNTSAGER I DETAILHANDLEN (MIO. KR.)



Kilde: 2003-2021 Danmarks Statistik. 2022 estimat på baggrund af Kauza data jan.-nov.

TABEL 9.2.1 SALG AF ØKOLOGISKE GRØNTSAGER I DETAILHANDLEN (TONS)

2017	2018	2019	2020	2021	estimat 2022
84,8	95,8	104,9	132,9	133,1	123,8

Kilde: 2017-2021 Danmarks Statistik. 2022 estimat på baggrund af data fra Kauza jan.-nov.

FOODSERVICE

Efter en lang årrække med stigende salg af økologiske grøntsager til foodservice faldt salget under corona-nedlukningerne i 2020 og 2021. Som det ses af nedenstående tabel, blev der solgt økologiske grøntsager for 236 mio. kr. til foodservice i 2021.

Tilbagemeldingen fra nogle af de største danske grossister er dog, at økologien står stærkt i foodservicesektoren, da den bygger på et solidt værdifællesskab, hvor høj kvalitet og bæredygtighed er i højsædet. Dermed er salget selvfølgelig stadigvæk følsomt overfor prisstigninger men ikke i helt så stort omfang, som det ellers ville været tilfældet. Grossisterne har derfor en klar forventning om, at det økologiske marked vil fortsætte sin vækst på langt sigt, når den nuværende internationale krise løjer af. Det er især efterskoler, kantinekæder og offentlige køkkener, der driver efterspørgslen, fx er det danske forsvar ved at omlægge til økologi.

Det er en generel tendens, at kunderne efterspørger danskproducerede varer før de lægger vægt på, om varerne kommer fra en lokal leverandør.

I 2021 svarede omsætningen af økologiske grøntsager til foodservice til 7 pct. af omsætningen af økologiske grøntsager i detailhandlen.

TABEL 9.2.2 SALG AF ØKOLOGISKE GRØNTSAGER I FOODSERVICE (MIO. KR.)

2017	2018	2019	2020	2021
263	285	320	240	236

Kilde: Danmarks Statistik

EKSPORT/IMPORT

Som det ses af nedenstående tabel 9.2.3, har eksporten af økologiske grøntsager været stigende fra 2017 til 2021. De danske virksomheder har således formået at øge eksporten af økologisk grønt under corona-krisen i 2020 og 2021. Der blev eksporteret økologisk grønt for 200 mio. kr. i 2021.

Det ses ligeledes af tabellen, at importen af økologisk grønt også har været stigende fra 2017-2021. I 2021 blev der importeret økologisk grønt for godt 1 mia. kr. Der er flere årsager til den store import af økologisk frugt og grønt. Årstidsbestemte sæsonudsving og manglende udbud af danske produkter spiller ind. Både kvalitet og pris har stor betydning, når supermarkedskæderne skal vælge mellem dansk eller udenlandsk grønt.

Danmarks største eksportmarkeder for økologisk grønt er Holland, Italien og Spanien.

TABEL 9.2.3 EKSPORT/IMPORT ØKOLOGISKE GRØNTSAGER (MIO. KR.)

	2017	2018	2019	2020	2021
Eksport	127	133	133	183	200
Import	596	767	898	972	1010

Kilde: Danmarks Statistik

Anm. Økologisk grønt dækker over ”Grøntsager, friske, frosne el foreløbigt konserverede; grøntsagsprodukter mv., friske el tørrede og grøntsager, rødder og rodknolde, konserverede el tilberedte

10. MARKEDET FOR ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR

10.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR

De økologiske arealer med frugt, bær og nødder var i 2022 små arealmæssigt med i alt 1.806 hektar men udgjorde for flere afgrøders vedkommende en stor andel af det samlede produktionsareal med dén specifikke afgrøde. F.eks. var 39 pct. af det danske areal med æbler økologisk, mens 96,8 pct. af arealet med surbær (aronia) var økologisk i 2022, se tabel 10.1.1.

Langt de fleste avlere er deltidsproducenter med lokal afsætning, men inden for hver afgrøde er der med få undtagelser enkelte større producenter målt på areal. F.eks. havde den største økologiske jordbæravler 31,7 hektar med jordbær, mens den største ift. sødkirsebær havde 1,65 hektar.

Æbler er den vigtigste økologiske afgrøde inden for denne kategori, og 290 økologiske producenter havde i 2022 sammenlagt 591 hektar æbler, se tabel 10.1.1.

De største økologiske nybeplantninger de seneste år har især været med vindruer, hyld, hasselnødder, valnød og kastanje udover æbler.

De største fald i produktion er sket indenfor solbær, ribs og stikkelsbær. Her er udbytterne meget lave i de økologiske produktioner, og priserne har ofte ikke være tilstrækkeligt høje til at kunne dække omkostningerne.

Mod visse betingelser ydes et frugt- og bærtillæg til det økologiske arealtilskud på 4.000 kr. pr. hektar/anno. Nogle nybeplantninger er tilpasset dette tilskud i højere grad end de er tilpasset selve afsætningen af afgrøden. Produktionen er også præget af høje startomkostninger, dyrkningstekniske udfordringer og problemer med at skaffe arbejdskraft til f.eks. plukning.

Frugtsætningen har været usædvanlig og uventet høj i 2022, det skyldes bl.a. fordelagtigt blomstrings- og frugtsætningsvejr i forsommeren. Det betyder, at udbytterne har været højere end normalt. Der har imidlertid været så store udbytter, at ikke alt er blevet høstet, fordi der ikke har været tilstrækkelig lagerkapacitet, og fordi energiomkostninger til nedkøling er omkostningstungt.

Producenter med lokal afsætning og selv-pluk har oplevet en god efterspørgsel på økologisk frugt og bær, og gårdbutikker oplever generelt en god lokal opbakning. Ifølge konsulent Dan H. Christensen fra HortiAdvice er det også inden for direkte salg, at der er størst potentiale for at starte med f.eks. økologisk bærproduktion:

”Der burde f.eks. være grundlag for en blåbærproducent med direkte salg og selv-pluk i alle de store kommuner. Der kunne godt være plads til nogle flere rundt omkring,” siger han og understreger, at blåbær dog er en afgrøde, der kræver både investeringer og tålmodighed.

I 2022 var der 30 økologiske producenter af blåbær med i alt 37 hektar.

Der kan desuden være et potentiale i en udvidelse af den økologiske produktion af sødkirsebær, der aktuelt udgør 13 hektar ud af et samlet areal i Danmark på 182 hektar.

10.1.1 TABEL AREAL MED ØKOLOGISK FRUGT, BÆR OG NØDDER 2022 (HA)

	Økologisk areal	Økologisk andel
Havtorn	22	92,6
Hasseltræ	48	98,5
Surbær	51	96,8
Jordbær	88	9,4
Solbær	95	28,2
Ribs	34	25,3
Stikkelsbær	18	44,2
Brombær	2	74,3
Hindbær	6	19,4
Blåbær	37	37,1
Surkirsebær	34	18,9
Blomme	21	22,8
Sødkirsebær	6	23,0
Hyld	111	96,4
Æbler	591	39,0
Pærer	40	14,0
Vindruer	95	57,5
Hyben	7	6,1
Spisedruer	2	92,7
Valnød	67	80,8
Kastanje	59	99,8
Hassel	104	77,9

Kilde: Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter 2022

10.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR

Over de seneste år er salget af økologisk frugt og bær steget meget, se figur 10.2.1 og tabel 10.2.2 nedenfor - bl.a. fordi, at mange detailkæder har udfaset salget af konventionelle bananer helt og i stedet er overgået til økologiske bananer. Salget af økologisk frugt og bær er imidlertid faldet markant i 2022, og hos Gasa Nord Grønt beretter man om avlere, der har måttet lade frugt hænge på træer og buske pga. dårlig afsætning.

2022 har ellers været en rigtig god dansk frugtsæson, men det har også medført, at danskernes egne frugttræer har bugnet, og at de derfor har købt mindre mængder i supermarkederne.

Generelt opleves det som en udfordring for den økologiske frugt, at den skal være pakket ind, og at den derfor ikke stråler helt så appetitlig som den konventionelle importerede variant, der ligger lige ved siden af uindpakket og som ovenikøbet er billigere.

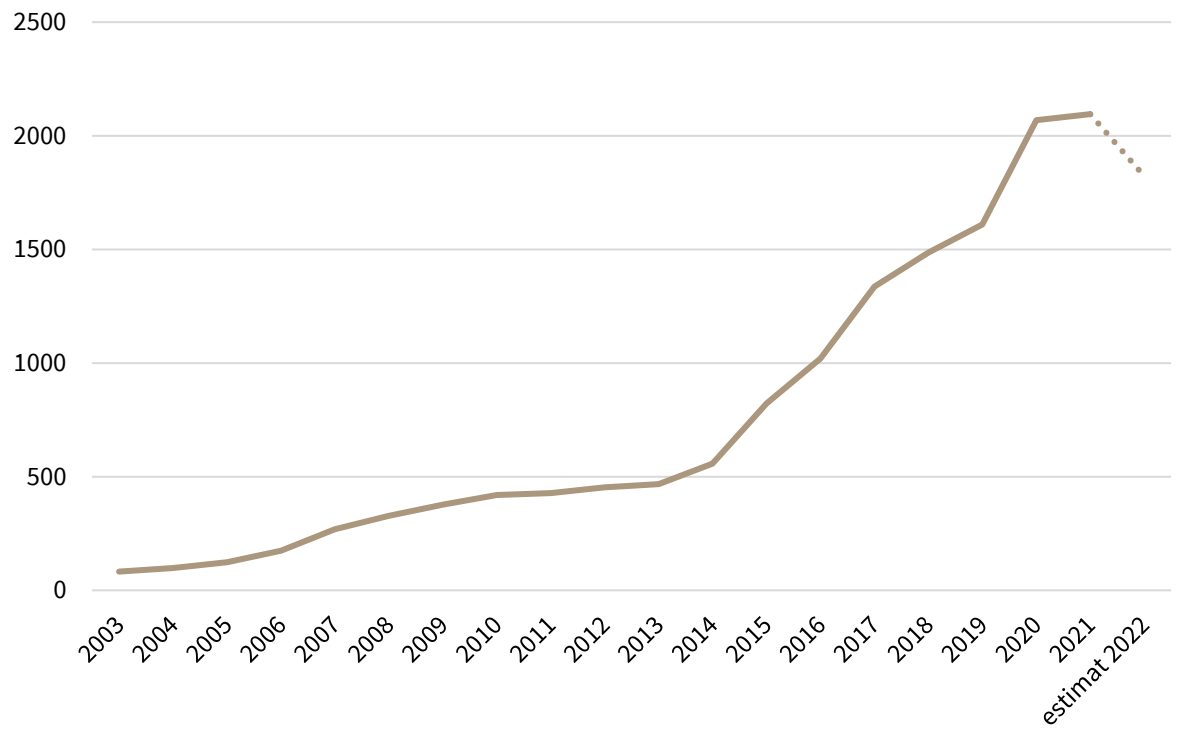
I det hele taget er importen af udenlandsk frugt en udfordring for økologien. Mange danskere kigger efter discount pga. den høje inflation og det resulterer i mange flere billige frugt- og bærvarianter fra udlandet i indkøbskurvene. Så både i detailhandlen og i foodservice er markedet afhængigt af kædernes og grossisternes vilje til aktivt at vælge de danske økologiske frugter i sæson til og af forbrugernes ønske og betalingsvilje ift. økologiske varer fremfor konventionelle.

Krigen i Ukraine og inflationen har flyttet en del forbrugere, så de fokuserer mere på basisvarer og fravælger premium-produkter som for eksempel nogle af førnævnte økologiske bær. Det betyder også, at de avlere, der står på spring for at droppe deres konventionelle produktlinje måske tøver nu. Desuden medvirker de stigende omkostninger og den faldende afsætning til at avlerne presses på deres økonomi.

GASA Nord Grønts Marketing- og udviklingschef Falke Løvsø tror dog på, at interessen for økologisk frugt og bær kommer tilbage. Økologien har været i vækst igennem lang tid, og under corona kom der fokus på gode råvarer, sundhed og det at pleje sig selv:

”Økologiandelen vil komme til at stige igen på sigt, for økologien er blevet mainstream, og der var en bevægelse i gang både før og under corona, der handlede om at skabe det gode måltid. Men vi tror også på, at økologien ikke i sig selv er nok længere. Dertil er de nye generationer en meget mere bevidst forbrugergruppe. Vi skal kunne koble økologi til andre trends som klima, bæredygtighed og transparens. Vi skal være gode til at væve økologi ind i fortællingen om måltidet, hvis vi skal lykkes med det.”

FIGUR 10.2.1 SALG AF ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR I DETAILHANDLEN (MIO. KR.)



Kilde: Danmarks Statistik

TABEL 10.2.1 SALG AF ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR I DETAILHANDLEN (TONS)

2017	2018	2019	2020	2021	estimat 2022
41.484	48.286	54.670	91.522	93.068	73.524

Kilde: 2017-2021 Danmarks Statistik. 2022 estimat på baggrund af Kauza data jan.-nov.

FOODSERVICE

Salget af frugt og bær i foodservice faldt fra 124 mio. kr. i 2018 til 99 mio. kr. i 2020. I 2021 steg salget til 112 mio. kr. De største grossister på det danske marked melder om, at salget af frugt og bær er stigende. Grossisterne efterspørger dansk-produceret frugt og bær, også på frost, fx stikkelsbær, havtorn og aronia men også mere gængse bær såsom blåbær og hindbær. For øjeblikket indkøbes bærrene primært fra Østeuropa.

TABEL 10.2.2 SALG AF ØKOLOGISK FRUGT OG BÆR I FOODSERVICE (MIO. KR.)

2017	2018	2019	2020	2021
123	124	114	99	112

Kilde: Danmarks Statistik

EKSPORT/IMPORT

Som det ses af nedenstående tabel 10.2.3, har eksporten af økologisk frugt og nødder været faldende fra 2017 til 2020, hvorefter den steg i 2021 med 9 pct. til 110 mio. kr.

Det ses ligeledes af tabellen, at importen af økologisk frugt og nødder har været stigende fra 2017 til 2021, hvor importen var godt 1 mia. kr. Der er flere årsager til den store import af økologisk frugt. Nogle af de økologiske frugter, der sælges flest af i Danmark – f.eks. bananer og citrusfrugter - kan ikke dyrkes i Danmark, dertil kommer årstidsbestemte sæsonudsving. Både kvalitet og pris har stor betydning, når detailkæderne skal vælge mellem dansk eller udenlandsk grønt. Ifølge Landbrug og Fødevarer er mere end halvdelen af de økologiske æbler, som sælges i danske supermarkeder, fra udlandet.

TABEL 10.2.3 EKSPORT/IMPORT AF ØKOLOGISK FRUGT OG NØDDER (MIO. KR.)

	2017	2018	2019	2020	2021
Eksport	144	140	119	101	110
Import	700	768	852	1031	1031

Kilde: Danmarks Statistik

11. MARKEDET FOR ØKOLOGISK KONSUMKORN

11.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISK KONSUMKORN

Dyrkning af korn til human konsum er svær at opgøre, idet der kun indberettes særskilte afgrødekoder for brødhvede. I 2022 blev der indberettet 125 hektar økologisk vinterhvede til brød og 351 hektar økologisk vårhvede ligeledes til brød. Vårhvede til brød ligger dermed på en økologiandel på 16,4 pct., mens arealet med økologisk vinterhvede til brød kun svarer til 0,7 pct. af det samlede areal med denne afgrøde. Økologiske producenter dyrker oftest vårhvede til brød, da det ellers kan være svært at opnå det ønskede proteinindhold med den økologiske gødningskvote, der er lavere end den konventionelle.

Indberetning af økologisk konsumkorn kan være forbundet med en usikkerhed, idet der er tale om planlagt areal, og noget kan ende med at blive solgt til foder. De konventionelle producenter har større interesse i korrekt registrering, fordi de får ekstra gødningskvote i modsætning til økologerne.

I 2022 blev der dyrket 1.138 hektar med økologisk vinterspelt og 43 hektar med økologisk vårspelt. De fleste af arealerne med spelt er økologiske, og spelt dyrkes primært til konsum. Af figur 11.1.1 fremgår det samlede areal med konsumkorn, hvor dette kan opgøres.

Derudover dyrkes der også en del økologisk grynhavre og glutenfri havre, og der dyrkes også maltbyg og en smule brødrug økologisk:

”Efterspørgslen har været stigende på havre til konsum – både glutenfri og almindelig, fordi havre også efterspørges til brug i plantedrikke. Det er et marked i vækst, men der skal til gengæld ikke store arealer til at dække det. Der skal 100 g havre til én liter havredrik, så der bliver produceret nok til 30.000 liter på én hektar,” fortæller plantechef Claus Østergaard fra ØkologiRådgivning Danmark.

Den danske produktion af økologisk brødkorn har været stabil i flere år, men ser ud til at falde en smule nu. For maltbyg har der været en tendens til stigende efterspørgsel, men det lader til at være toppet for nu:

”Maltbyg har der været god efterspørgsel på – både til eksport og til hjemmemarkedet. Vi har et godt klima til byg i Danmark, og derfor har det også været muligt med eksport. Det er dog blevet dyrt at brygge økologisk øl, så nu holder køberne lidt igen. Det kan vi se ud fra, at prisen på maltbyg for høst 2023 ser ud til at falde,” siger Claus Østergaard.

I 2022 blev der dyrket 7.077 hektar med økologisk vinterraps. Det er en stigning på 1.612 hektar i forhold til året før. Rapsolien bruges bl.a. til plantebaserede smørbare produkter og hos bagerier:

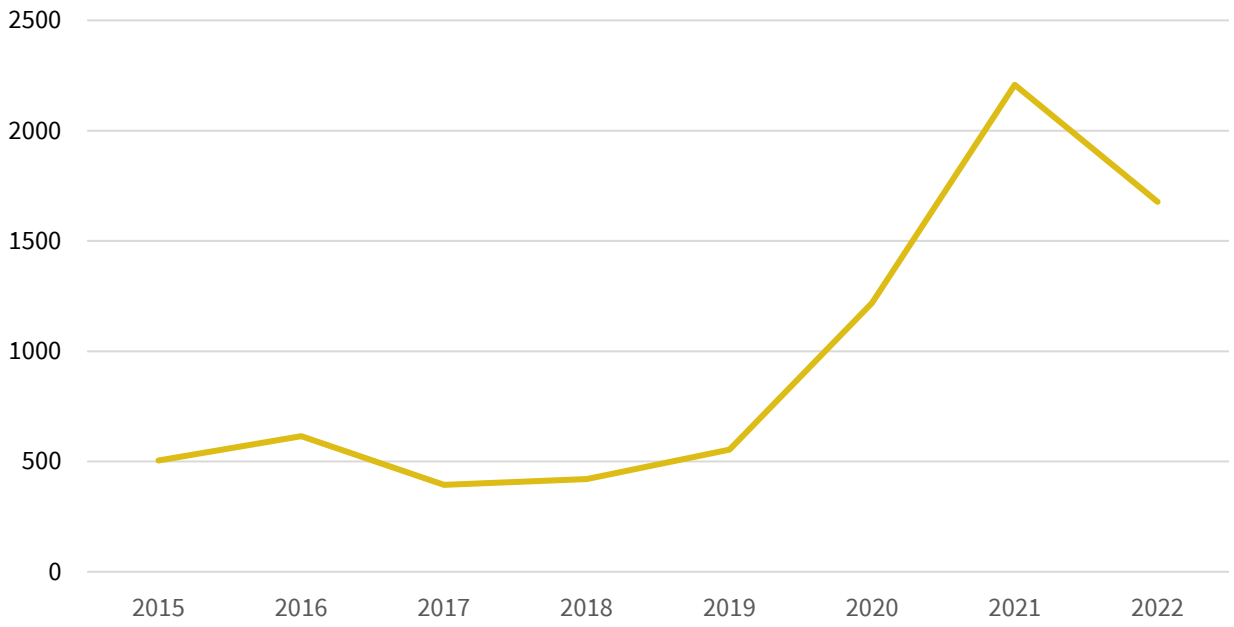
”I 2010 blev det estimeret, at man på det danske marked ville kunne omsætte økologisk olie fra 7.000 tons raps om året. Med hensyn til olie til konsum har vi nået mætningspunktet, og derfor falder rapsprisen lidt nu. Den falder dog fra et højt niveau på 8 kr. pr. kg til 7 kr.,” siger Claus Østergaard.

Ifølge Claus Østergaard kan der til gengæld være et uudnyttet potentiale i en dansk produktion af økologisk perlebyg, perlerug og perlespelt:

”Det er et marked i vækst, men der er ikke mange danske producenter. I supermarkederne ser man ofte, at det kommer fra Tyskland og Polen,” siger han.

Der blev desuden dyrket 717 hektar med økologisk hamp i 2022 samt lidt quinoa og boghvede. Disse afgrøder bliver i overvejende grad dyrket økologisk.

FIGUR 11.1.1 AREAL MED ØKOLOGISK KONSUMKORN (HA)



Kilde: Tillæg til Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter 2022

11.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISK MEL

Salget af økologisk mel lå på et nogenlunde stabilt niveau i årene fra 2017 til 2019, men tog et stort hop opad i 2020, hvor corona ændrede forbrugernes hverdag. Her var alle tvunget til at være mere hjemme, og både bagerier og restauranter havde perioder med nedlukninger.

Det betød, at flere danskere begyndte at bage deres eget brød og dermed øgede deres forbrug af økologisk mel. Udviklingen i salget af økologisk mel til detailhandlen målt i værdi kan ses i figur 11.2.1 nedenfor, hvor det også fremgår, at salget af økologisk mel faldt fra 2020 til 2021, men fortsat var på et højere niveau end før coronapandemien.

I de første 11 måneder af 2022 er der ifølge data fra Kauza sket et yderligere fald i salget af økologisk mel på hele 19 pct. sammenlignet med samme periode i 2021. Og i branchen beskrives markedet for økologisk konsumkorn generelt som turbulent. Krigen i Ukraine og den følgende inflation har flyttet nogle forbrugere til billigere økologisk mel, gryn og andre kornprodukter. Af tabel 11.2.1 nedenfor ses det således, at mængden af solgt økologisk mel i detailhandlen ”kun” er faldet 3 pct. i de første 11 måneder af 2022 sammenlignet med samme periode i 2021. Mange forbrugere forbliver loyale overfor økologien men nedgraderer til andre prisklasser, mens andre vælger konventionelle produkter.

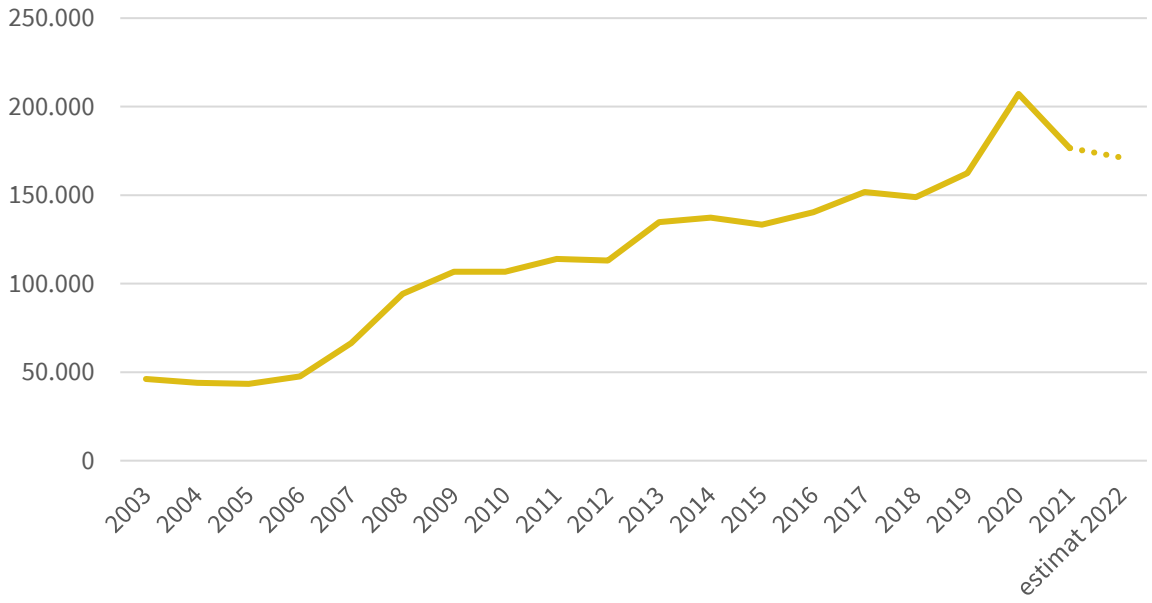
Priserne på økologisk mel er steget i 2022, og i branchen oplever man, at de almindelige markedskræfter er sat ud af kraft, fordi el- og energipriserne er steget så meget, at forbrugerne ikke ved, hvordan deres næste regning kommer til at se ud. Forbrugerne sparer derfor på deres dagligvareindløb ved at trade ned til billigere mel eller et private label-produkt.

Hos Aurion i Hjørring har de ikke ændret deres sortiment, praksis og markedsføringsstrategi som følge af de markante markedsændringer:

”Vi kan godt se på vores salg af økologisk mel, at det ligger lavere end tidligere. Generelt er den nuværende situation på markedet også lidt svær at gennemskue, og derfor mener vi heller ikke, der er grund til at ændre alt muligt, for så risikerer vi jo også at ramme forkert. Vi har valgt at holde fast i vores sortiment, fordi vi tror på, at faldet i efterspørgslen er forbigående,” siger Bjarne Hansen, der er kornansvarlig hos Aurion.

Bjarne Hansen understreger derfor også, at han er positiv på vegne af økologiens fremtid. Kriser kan nemlig også skabe fornyet eftertænksomhed hos forbrugerne. Det viste coronatiden, hvor flere forbrugere blev optaget af sunde fødevarer og søgte mod lokale økologiske kvalitetsprodukter. Han forventer, at mediernes fokus på inflation og prispres vil lægge sig, og at forbrugerne derfor fremover vil få fornyet lyst til at lægge økologisk mel og gryn i deres indkøbskurve.

FIGUR 11.2.1 SALG AF ØKOLOGISK MEL I DETAILHANDLEN (MIO. KR.)



Kilde: 2003-2021 Danmarks Statistik. Estimat 2022 på baggrund af Kauza paneldata jan.-nov. 2022

TABEL 11.2.1 SALG AF ØKOLOGISK MEL I DETAILHANDLEN (TONS)

2017	2018	2019	2020	2021	Estimat 2022
10.881	10.590	11.145	16.141	13.603	11.018

Kilde: 2017-2021 Danmarks Statistik. Estimat 2022 på baggrund af Kauza paneldata jan.-nov.

FOODSERVICE

Som det ses af nedenstående tabel, toppede salget af økologisk mel, gryn, kornprodukter, ris og pasta i foodservice i 2018, hvor der blev omsat for 186 mio. kr. I 2020 og 2021 faldt salget yderligere, hvilket blandt andet kan forklares ved corona-nedlukningerne.

Den generelle udmelding fra de største danske grossister er, at salget af økologisk mel og gryn er i vækst, og at nye produkter indenfor varegruppen tages godt imod af foodservice-sektoren. Convenience-produkter forventes at vokse fremadrettet – og her efterspørges flere produkter i f.eks. wienerbrøds-genren.

TABEL 11.2.2 SALG AF ØKO MEL, GRYN, KORN, RIS, PASTA I FOODSERVICE (MIO. KR.)

2017	2018	2019	2020	2021
162	186	165	148	138

Kilde: Danmarks Statistik

12. MARKEDET FOR ØKOLOGISK BÆLGSÆD

12.1 PRODUKTION AF ØKOLOGISK BÆLGSÆD

Dyrkning af bælgsæd er i 2022 i høj grad økologisk med et samlet areal på 19.574 hektar svarende til 46,7 pct. af det samlede indberettede areal for disse afgrødekoder. Det er uændret i forhold til 2021, se figur 12.1.1 nedenfor. Dertil skal lægges 6.381 ha i 2022 med blandsæd, hvor bælgsæd udgjorde under 50 pct. af blandingen.

Hestebønner er den største afgrøde med 11.980 hektar i 2022, efterfulgt af ærter med 4.090 hektar og sødlupin med 2.727 hektar.

Arealet med økologisk bælgsæd er steget kraftigt de seneste år, da især flere mælkeproducenter ønsker at være mere selvforsynende med proteinfoder. Mælkeleverandører til Thise Mejeri har helt udfaset fodring med soja i 2022. Arealet med økologisk bælgsæd er firedoblet fra omkring 5.000 hektar i 2015.

Under corona blev eksporten af soja fra Kina påvirket, ligesom de høje fragtomkostninger pressede prisen op. Det har bevirket, at afregningspriserne for bælgsædsafgrøder er steget og nu ligger på et stabilt højt niveau omkring 5 kr. pr. kg.

I 2022 bliver der dyrket 51 hektar med økologiske sojabønner herhjemme, og forædlere arbejder på at udvikle sorter, der er egnede til dyrkning under nordiske himmelstrøg.

Alle økologiske bedrifter skal nu overholde nogle sædskiftekrav, der bl.a. indeholder et krav om mindst 20 pct. kvælstoffikserende afgrøder af det økologiske omdriftsareal. Dette krav har dog ikke drevet den øgede interesse for bælgsæden. Mange økologer har kløvergræs og kløvergræsudlæg i sædskiftet, der også tæller med til at opfylde sædskiftekravet:

”Kravet har ikke haft betydning, da den største barriere for yderligere udvikling er sædskiftet. Der skal gå nogle år, før man dyrker bælgsæd på samme areal igen, hvis man vil undgå at opformere sygdomme såsom ærterodråd. En sjettedel af arealet med korn, bælgsæd og raps er bælgsæd nu, så det passer nogenlunde med sædskiftet på planteavlsbedrifterne – der er ikke plads til mere,” siger plantechef Claus Østergaard fra ØkologiRådgivning Danmark.

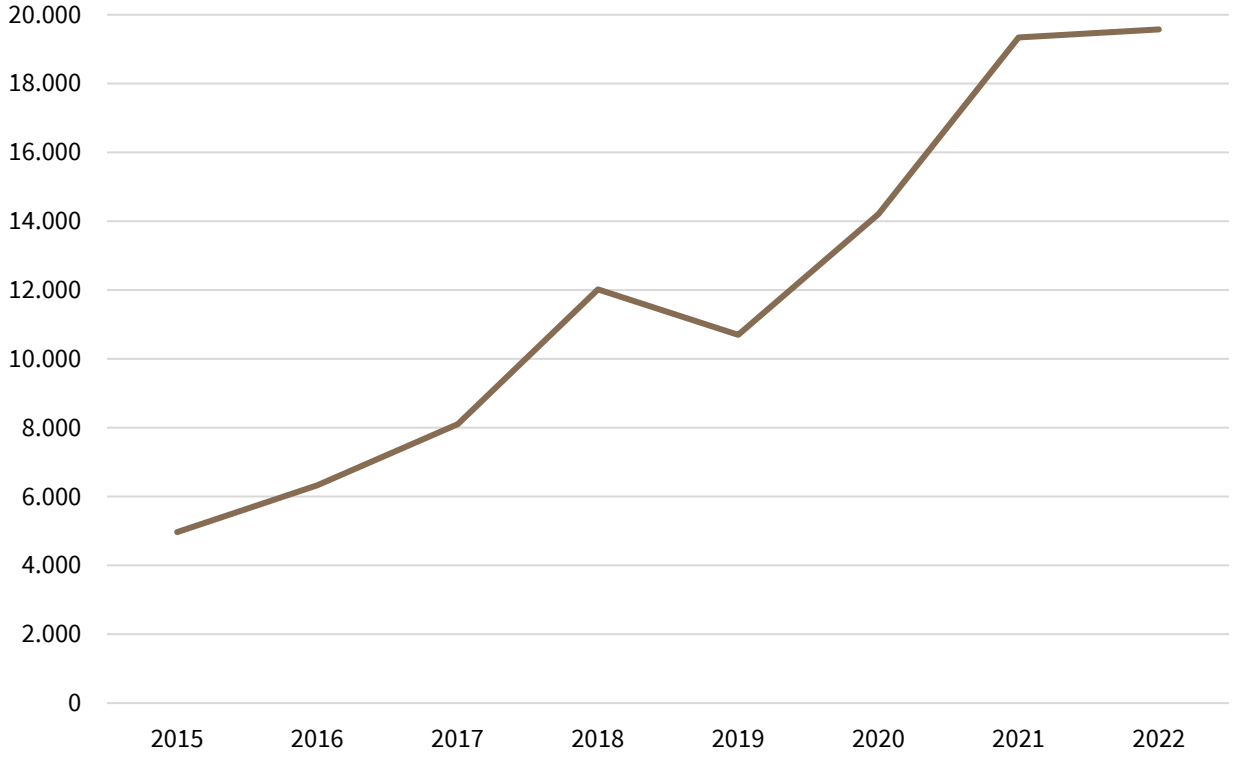
Det betyder med andre ord, at der mangler økologisk areal, hvis dyrkningen af bælgsæd skal øges:

”Alt andet lige vil jeg sige, at der er plads til flere planteavlere. Mælkeproducenter har nok energifoder, men indkøber ofte protein. Lige nu er der nogle, som gerne vil købe bælgsæd som renvare, men man kan kun købe det i kraftfoderblandinger. Hvis der var mere til rådighed, så tænker jeg, at flere ville aftage det. Lige nu er der import af proteinfoder,” siger kvægchef og direktør Erik Andersen fra ØkologiRådgivning Danmark.

Den danske produktion af bælgfrugter til konsum er lille. Den primære udfordring er, at der ikke er danske anlæg til formaling af f.eks. hestebønner til videre forarbejdning til plantebaserede fødevarer. Det betyder, at afgrøderne skal fragtes med skib, og derfor kan danske producenter have svært ved at konkurrere prismæssigt med f.eks. Baltikum, som har en betydelig økologisk produktion:

”Der er et kæmpe potentiale for dyrkning af bælgsæd til konsum, hvis der var flere muligheder for forarbejdning og omsætning i Danmark. Det kræver en stor omstilling hos dem, der skal købe det,” siger Claus Østergaard.

FIGUR 12.1.1 AREAL MED ØKOLOGISK BÆLGSÆD (HA)



Kilde: Tillæg til Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter 2022

12.2 AFSÆTNING AF ØKOLOGISKE BÆLGFRUGTER

Flere rapporter viser, at danskerne har et ønske om at spise mindre kød og flere plantebaserede fødevarer – ifølge en analyse fra COOP i 2021 havde 63,2% danskerne den målsætning. For de fleste bunder ønsket i et hensyn til klima og bæredygtighed, mens sundhed også fylder som begrundelse. Til trods for de gode hensigter viser en analyse fra Plantebaseret Videnscenter, at forbrugernes indkøb af både konserverede og tørrede kikærter, bønner og andre bælgfrugter er faldet med 24 pct. i løbet af de første 7 måneder af 2022 i forhold til samme periode i 2021. Det sker, selv om Fødevarestyrelsen i den mellemliggende periode har lanceret de nye kostråd, hvor det anbefales at spise 100 gram bælgfrugter om dagen. Der eksisterer altså nogle barrierer for at få bælgfrugterne helt ind på danskernes tallerkener.

En del af forklaringen på faldet i salget af bælgfrugter generelt er også, at danskerne købte langt flere basisvarer under coronapandemien, og nu hvor corona er erstattet af energikrise og høj inflation, er der mindre overskud i hverdagen til at eksperimentere med ny madlavning, smage og konsistenser - også selvom det ville gavne pengepungen at erstatte kødet med bælgfrugter. Salling Group og Coop oplyser da også begge til avisen Økologisk Landbrug, at salget af tørrede bønner, linser og bælgfrugter efter flere år med vækst er faldet en lille smule det seneste år.

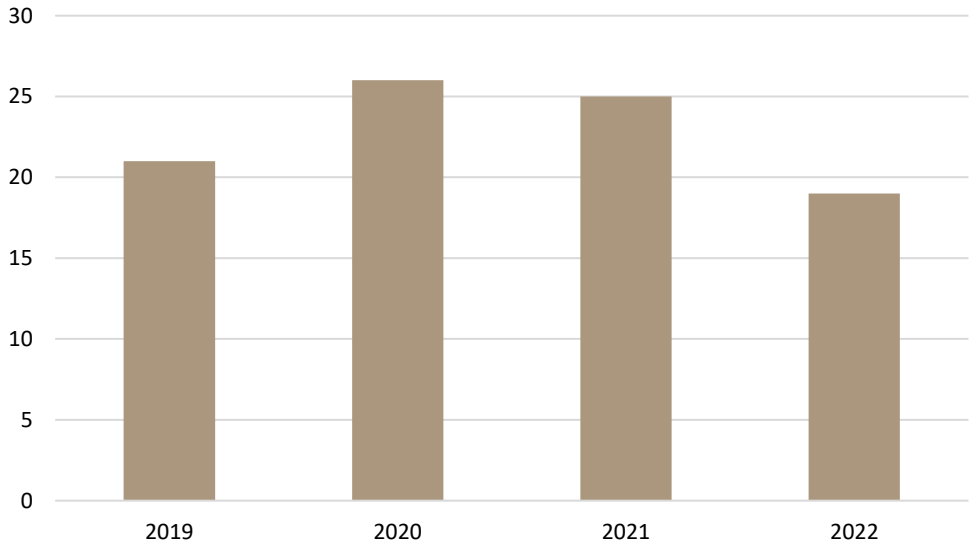
Også hos DLG har man opdaget, at forbrugerne endnu ikke er klar til at rykke bælgfrugterne ind på tallerkenen i stor nok grad. I 2021 forsøgte de at reservere en stor pulje af de bedste økologiske hestebønner til konsummarkedet men uden at det lykkedes at afsætte dem.

Ifølge en rapport udgivet af Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug spiser under 10% af danskerne bælgfrugter på ugentlig basis. Indeholdt i de 10 pct. er især de unge og personer bosat i de større byer. Rapporten viser også, at flere ønsker at putte bælgfrugter ind i deres kost, men de mangler viden om, hvordan de får smagfuld hverdagsmad ud af de nye ingredienser.

En undersøgelse gennemført af Landbrug og Fødevarer i 2022 viser, at de væsentligste barrierer for at få danskerne ti at spise mere planterig kost er: A) det kan være svært at finde retter uden kød, som alle i husstanden kan lide, B) det kan være svært, at få det til at smage lige så godt, som det jeg/vi plejer at spise, C) det kan være svært at finde inspiration til nye retter og D) det tager ofte for lang tid at snitte og hakke alt det grønne i en travl hverdag.

COOPs CSR-chef Thomas Roland fortæller, at de i Coop arbejder med at hjælpe forbrugerne ved at sælge udblødte bælgfrugter og få dem ind i flere færdigvarer og på den måde nedbryde barriererne for, at forbrugerne kan tage dem til sig. Detailkæderne gør således noget for at produktudvikle, men de erkender også, at de kan blive bedre til at promovere de grønne proteiner.

FIGUR 12.2.1 GENNEMSNITLIG KØBSVÆRDI PR. FORBRUGER (KR.) JAN.-JULI



Kilde: Markedsdata for den plantebaserede fødevaresektor i Danmark 2022 - med særligt fokus på økologiens betydning, Plantebaseret Videnscenter

FOODSERVICE

Salget af linser, bønner og ærter (friske og tørrede) i foodservice lå ifølge Danmarks Statistik i 2021 på 8,3 mio. kr.

Ifølge en rundringning til flere store danske grossister ser billedet for bælgfrugter mere positivt ud indenfor foodservicebranchen. Her arbejdes der intenst med at få bælgfrugterne til at indtage en central plads i menuerne, da det både kan mærkes positivt på budgetter og mæthed i maverne. Den her trend forventer grossisterne vil give sig udslag i større afsætning fremadrettet – og nogle har allerede mærket det i 2022. Men også her mangler der konkret viden og inspiration til at tage den nye ingrediens til sig i stor skala. Dette forsøger flere aktører, herunder Økologisk Landsforening, at imødekomme igennem en række projekter både i 2022 og 2023, hvor kreativitet i forarbejdning af bælgfrugter er i højsædet.

Især efterskoler og kantinekæder efterspørger bælgfrugter og én grossist har oplevet en tidobling af salget af flere forskellige slags bælgfrugter – danskproducerede – fra 3 tons i 2021 til 30 tons i 2022. Andre grossister melder også om stigninger dog af mere moderat karakter - nogle oplever imidlertid også stagnation i salget. Fælles er dog, at de alle har en klar forventning om, at efterspørgslen vil stige på sigt i takt med større klimabevidsthed og dermed nedskalering af kødet på tallerkenen samt øget viden om integration af bælgfrugter i hverdagskost.

Et opmærksomhedspunkt er, at der opleves svingende kvalitet af dansk-producerede bælgfrugter og at der meldes om udfordringer med rensning af produkterne. Desuden er der et konkret ønske om

danskproducerede edamame-bønner, som ikke kan skaffes for øjeblikket og om danske, lokalt-producerede varer.

EKSPORT

Eksporten af bælgfrugter er p.t. meget begrænset, men Markedschef for eksport i Økologisk Landsforening Pernillle Bundgård oplever en stigende interesse for produkterne på eksportmarkederne: ” Lige nu er eksporten af økologiske bælgfrugter og forarbejdede produkter med bælgfrugter begrænset, men vi oplever en meget stor interesse for danske økologiske bælgfrugter og forarbejdede plantebaserede produkter, når vi blandt andet deltager på messer i udlandet. Så jeg spår eksporten af økologiske bælgfrugter og forarbejdede produkter med bælgfrugter en lys fremtid”.

BÆLGSÆD TIL FODER

Ser vi på bælgsæd til foder, er der bevægelser i markedet, der kan være med til at sikre en større afsætning af økologiske danske produkter i fremtiden. Det gælder især proteinrigt foder som raps, ærter og hestebønner der kan være med til at erstatte den importerede soja, som Thise, Naturmælk og Øllingegaard har valgt at udfase. I stedet vil mejerierne bruge heste- og lupinbønner produceret i Danmark som foder. Den markante omlægning begrundes med hensynet til klima og bæredygtighed.

Så selv om der lige nu bliver solgt for få økologiske bælgfrugter til konsum og foder i forhold til det, man havde forventet, så taler de nye kostråd og det generelle hensyn til klimaet for, at markedet vil få bedre fat, når krigen i Ukraine, energikrisen og den høje inflation på et tidspunkt klinger af.

13. MARKEDET FOR ØKOLOGISK FODERKORN

I 2022 blev i alt 7,0 pct. af det danske areal med korn dyrket økologisk. De vårsåede kornafgrøder udgjorde knap 57.500 hektar, hvilket var ca. det dobbelte af arealet med vintersåede kornafgrøder, der udgjorde 29.000 hektar. Dette er stort set samme niveau som i 2021.

I alt blev der i 2022 dyrket 91.711 hektar med økologisk korn, se figur 13.1.

Korn udgør 31 pct. af det samlede økologiske areal, mens korn som afgrøde udgør 52 pct. af det samlede produktionsareal i Danmark. Afgrødernes fordeling på de økologisk dyrkede arealer er dermed forskellig fra den generelle afgrødefordeling i landbruget. Det skyldes især, at knap halvdelen af de økologiske fuldtidsbedrifter er mælkeproducenter med meget græs i sædskiftet.

Økologiandelen for den danske kornproduktion har været stigende indtil 2019, hvorefter den har ligget på et nogenlunde stabilt niveau.

Vårbyg og vårhavre er de største økologiske vårsåede kornafgrøder, der begge blev dyrket på ca. 24.000 hektar i 2022. Vinterrug er den største økologiske vintersåede kornafgrøde.

I 2022 blev der blot indberettet 20 hektar økologisk majs til modenhed, hvilket svarer til en økologiandel for afgrøden på 0,2 pct. Det er dermed dén afgrøde med den mindste økologiandel i kategorien for kornafgrøder. Det er tæt på umuligt at dyrke økologisk majs til modenhed i det danske klima. Konventionelle producenter må bl.a. bejdse med fungicider, der beskytter udsæden mod svampesygdomme. Det gør det muligt for de konventionelle at så tidligere og ved en lavere jordtemperatur, som giver afgrøden det forspring, der skal til for, at kernerne kan nå modenhed.

Økologisk kernemajs har derfor været en stor importvare til foder. Krigen i Ukraine har imidlertid givet forsyningsproblemer med økologisk kernemajs, idet den ukrainske eksport har været stærkt udfordret.

2022 har været et godt produktionsår med høje udbytter for økologisk korn i Danmark:

”I vårsæd har det været et af de nemmeste år, jeg kan huske, rent dyrkningsmæssigt. Foråret var tidligt og tørt, og den tidlige etablering gør meget for udbyttet af vårsæd. Maj var kold og fugtig, og kornet buskede sig godt. Samtidig var det en nem og tør høst,” siger plantechef Claus Østergaard fra ØkologiRådgivning Danmark.

Høstudbytterne i vintersæden har været mere svingende, især fordi virkningen af gylle har været usikker, fordi der i foråret var lange perioder med tørt vejr.

Fra 2022 må økologer desuden bruge en mindre andel af konventionel gylle end tidligere. Det kan betyde, at det bliver svært at skaffe tilstrækkeligt med gødning i husdyrfattige egne af landet, f.eks. på Sjælland. Til gengæld er der i gødningsreglerne skabt incitament for brug af biogasgylle. Biogasbranchen har nydt politisk popularitet og er i fremgang, hvilket formentlig vil øge tilgængeligheden af afgasset biomasse til gødning landet over.

De konventionelle producenter har i 2022 været ramt af store prisstigninger på kunstgødning, da fremstillingen er energikrævende. Økologer må ikke anvende kunstgødning, men der opleves nu tiltagende fokus på værdien af alternative næringsstofkilder, herunder også gylle. Det kan derfor ikke udelukkes, at økologiske producenter fremover kan blive påvirket af stigende gødningspriser.

Afregningspriserne har været rekordhøje på omkring 300 kr. pr. hkg foderkorn. Den tørre høst har betydet meget få eller ingen omkostninger til tørring:

”Som planteavler har det været svært at få armene ned, hvad det angår,” konstaterer Claus Østergaard.

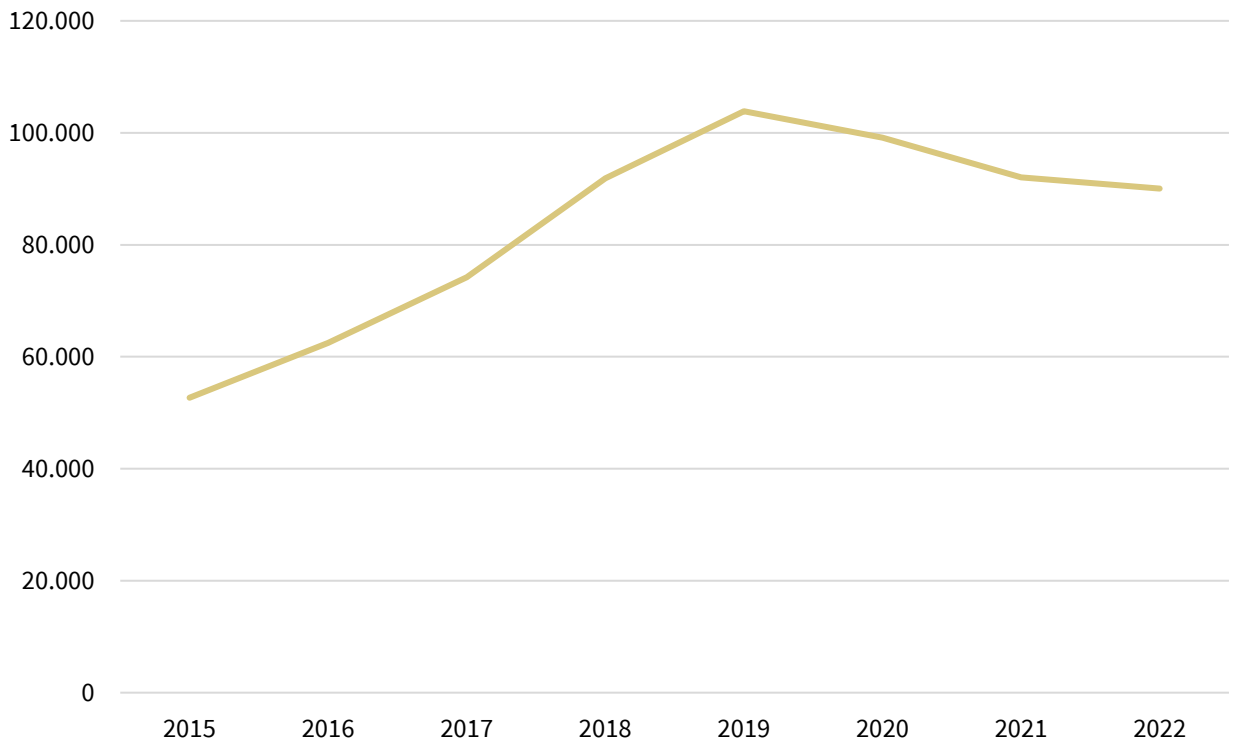
I mange andre lande i Europa, f.eks. i Frankrig, har man i modsætning til herhjemme haft en usædvanlig dårlig høst på grund af ekstrem tørke. Derfor har kornpriserne kun været svagt faldende, selvom udbytterne har været høje.

Det er især den økologiske husdyrproduktion, der har drevet udviklingen i det øgede areal med økologisk foderkorn. Tidligere har der været en betydelig import af økologisk foderkorn, men i 2016 var der en såkaldt omlægningsbølge, hvor omlægningen steg kraftigt. Nu er der i højere grad balance mellem produktion og forbrug. Importen er derfor faldet, og i 2022 er fragtraterne også steget så meget, at det ikke har været favorabelt at importere økologisk foderkorn. Det øgede areal har samtidig bevirket, at den danske produktion er mere prisdannende end førhen.

Umiddelbart er forventningen, at kornpriserne har nået toppen for nu, og der er en forventning om et relativt stabilt leje. Hvis den økologiske husdyrproduktion, særligt mælkeproduktionen, falder, vil der dog komme overskud af økologisk foderkorn, hvilket kan påvirke priserne. I det tilfælde skal man eksportere, og prisdannelsen vil i så fald være mere afhængig af den europæiske produktion.

Ifølge Claus Østergaard har der været en lille stigning i afregningsprisen for foderhavre til høst 2023, hvilket kan indikere, at der er behov for mere økologisk havre.

FIGUR 13.1 AREAL MED ØKOLOGISK FODERKORN (HA)



Kilde: Tillæg til Statistik over økologiske jordbrugsbedrifter 2022

VI HAR TALT MED

VIRKSOMHEDER

Aurion – Kornansvarlig Bjarne Hansen
Danpo – Marketing- og produktudviklingschef Anne-Gitte Elbronn
DAVA Foods – Adm. direktør Ivan Noes
DAVA Foods – Eksport og foodservicedirektør Jens Madsen
DLG – Markedschef Steffen B. Blume
Gasa Nord Grønt – Marketing- og udviklingschef Falke Løvsø
HortiAdvice – Konsulent Dan H. Christensen, Konsulent Hanne Lindhard, Konsulent Peder Krogsgård, Konsulent Ole Scharff, Konsulent Lars Møller
Rokkedahl – Adm. direktør og indehaver Mark Rokkedahl
Thise - Sales og marketing director Peder Jessen
ØkologiRådgivning Danmark – Plantechef Claus Østergaard & Direktør Erik Andersen

FOODSERVICE - GROSSISTER

Dagrofa – Lone Madsen
Dansk Cater – Anders Bo Andersen
Grøn Fokus - Rikke Gryberg
Hørkram – Vivi Kjærsgaard
Solhjulet – Peter Jørgensen

ANDRE

Birch&Birch – Flemming Birch
Innovationscenter for Økologisk Landbrug - Chefkonsulent Sven Hermansen
Innovationscenter for Økologisk Landbrug – Chefkonsulent Jens Peter Hermansen
Landbrug og Fødevarer – Chefkonsulent Ejvind Pedersen
Økologisk Landsforening - Forperson Louise Køster
Økologisk Landsforening - Markedschef for eksport Pernille Bundgaard
Økologisk Landsforening – Markedschef for foodservice Torben Blok
Økologisk Landsforening - fagudvalg