



ØKOLOGI & GASTRONOMI

- det er ren (øko)logik




MED STØTTE FRA | Fonden for økologisk landbrug



INGREDIENSLISTEN

Forord	S 4-5
Økologi smager af mere	S 6-7
Dyrket med gode argumenter	S 8-9
Dyrevelfærd	S 10-11
Økologi og bæredygtighed	S 12-13
Et bæredygtigt valg	S 14-15
Der skal økologi på menuen	S 16-17
En fremtid med økologi	S 18-19
Landbruget er klar til at levere økologi	S 20-21
Hvor skal vi starte?	S 22-23
Hvad koster det?	S 24-25
Referencer	S 27



DER ER MASSER AF SPISELIGE ARGUMENTER FOR ØKOLOGI

Økologi er en stor succes i Danmark – og det kan det også blive i dit køkken. Danskerne indtager flere og flere måltider uden for hjemmet – i kantiner, restauranter og som takeaway. Samtidig er efterspørgslen på økologi fortsat stor. Flere og flere danskere køber økologisk, og godt halvdelen regner med, at de i fremtiden køber endnu mere. Den bølge skal foodservicesektoren ride med på.

Engagement, gastronomi, smag og fokus på lokale, økologiske råvarer skal drive overgangen til mere økologi i de professionelle køkkener. Det er vores mål, at økologi bliver normen og det oplagte valg i alle professionelle køkkener. Og at økologien i endnu højere grad bliver en logisk og bærende ingrediens for kokke, der tænker i bæredygtige menuer. Vi er der ikke helt endnu, men vi er godt på vej. Der er allerede mange branchefolk, som har taget springet ind i økologiens verden. Med stor succes og med deres egne bevæggrunde og tilgang – vejen til flere økologiske råvarer kan være mange. Vi vil gerne dele de vigtigste indsigter og erfaringer med dig her.

Vi håber med dette whitepaper, at du får mere appetit på økologi – god læselyst!

Landbrug & Fødevarer

DYRKET MED GODE ARGUMENTER



Når man dyrker økologisk er grundtanken, at jorden skal bevares som en frugtbar ressource for de næste generationer. Det betyder blandt andet, at kunstigt fremstillede sprøjtemidler, GMO, kunstgødning og tilsatte næringsstoffer ikke må benyttes i produktionen af økologiske fødevarer. I køkkenet kan man derfor opleve, at fx økologiske grøntsager, kød, æggeblommer, mælk eller smør kan variere i farve, smag og næringsindhold afhængigt af sæsonen.⁵

”

Det økologiske smør bliver om sommeren blødere og mere gult, fordi der er umættede fedtsyrer i det græs, som køerne spiser ude på marken. Den gule farve kan også ses, hvis køerne får grønt og proteinholdigt foder.

- Leif Friis Jørgensen,
Adm. direktør, Naturmælk

Køber man forarbejdede økologiske fødevarer, må produktet hverken være tilsat smagsforstærkere eller kunstige søde- og farvestoffer. Man må kun bruge tilsætningsstoffer, hvis det er nødvendigt for produktets fødevarer sikkerhed, men kun 53 ud af de i alt 404 naturligt udvundne tilsætningsstoffer er tilladt. Det er en forskel, der er til at tage føle på.

Tilsammen er de økologiske principper til for at fremme en næringsrig jord og et landbrug, der bidrager positivt til blandt andet et rent havmiljø, ren grundvand og til biodiversiteten med flere insekter, blomster, bær og dyr. **Læs mere om kendetegnene ved økologisk produktion på www.lf.dk/viden-om/oekologi**

”

Økologi er for mig også en genvej til øget biodiversitet. Jeg vil gerne bidrage til en smukkere, større og mere spiselig natur i mit køkken.

- Søren Birch,
Køkkenschef, Alimentum



I ØVRIGT

FIRE OVERORDNEDE PRINCIPPER ER UDGANGSPUNKTET FOR DEN ØKOLOGISKE PRODUCENTS MÅDE AT TÆNKE PÅ OG HANDLE EFTER.⁶

- **Sundhedsprincippet** – Økologisk jordbrug bør opretholde og forbedre jordens, planternes, dyrenes, menneskenes og planetens sundhed som en samlet enhed.
- **Kredsløbsprincippet** – Økologisk jordbrug bør bygge på levende økologiske systemer og kredsløb, samarbejde med dem, efterligne dem og hjælpe med at bevare dem.
- **Retfærdighedsprincippet** – Økologisk jordbrug bør bygge på forhold, der sikrer retfærdighed med hensyn til det fælles miljø og livsmuligheder.
- **Forsigtighedsprincippet** – Økologisk jordbrug bør drives på en forsigtig og ansvarlig måde for at beskytte nuværende og fremtidige generationers sundhed og trivsel og tage vare på miljøet.

MU(H)LIGVIS DET BEDSTE ARGUMENT

I HVERT FALD HVIS DU SPØRGER GÆSTERNE

Dyrevelfærd er blandt de vigtigste årsager til, at danskerne køber økologiske fødevarer.⁷ Dyrevelfærd er et stort og omdiskutteret emne, men som kort fortalt handler om at give husdyr mulighed for at udøve deres naturlige biologiske adfærd.

Der er højere krav til dyrevelfærd hos økologiske husdyr og særlige regler, der sikrer et godt dyreliv. Bl.a. mere plads i staldene, mere samværstid for forældredyr og deres unger, mindre medicinforbrug og dagligt økologisk foder* samt adgang til græs og udeareal, når forholdene tillader det. Fx er økologisk kvæg altid på græs i sommerhalvåret.⁸

Den høje dyrevelfærd i økologisk produktion, betyder også en mindre intensiv produktion. Og de øgede omkostninger til bl.a. areal og mandskab betyder, at økologiske fødevarer kan være dyrere. Men som beskrevet i afsnittet om smag (s. 6) udvikler kødet i økologiske dyr sig langsommere, og det giver mulighed for flere smagsnuancer, som dygtige kokke kan strække længere.

Man skal også huske, at danskerne prioriterer dyrevelfærd, og derfor kan økologisk kød hurtigt blive alle pengene værd – særligt på en menu, hvor der prioriteres "mindre, men bedre kød".



I ØVRIGT

I økologi er der meget fokus på, at husdyr som grise, køer og kyllinger kan udføre deres foretrukne naturlige adfærd.

Det betyder f.eks. at fjerkræ har mulighed for støvbade, grise har masser af halm og kan frit vælge om de vil være inde eller ude, og køer skal på græs i sommerhalvåret
Bliv klogere på dyrevelfærd på www.voresmad.dk

ØKOLOGI – SÅ ER DU SIKKER PÅ BEDRE DYREVELFÆRD

Der findes en række forskellige dyrevelfærdsmærker i Danmark, som giver en indikation af dyrevelfærdsniveauet af et kød- og mejeriprodukt. Hvis man vælger økologiske fødevarer, er man sikret et produkt med et af de højeste dyrevelfærdsniveauer på tværs af mærkerne, da mærkerne, ligesom økologien, stiller sammenlignelige krav til halm, strøelse, staldplads, transporttid, udeareal mm. At skilte med brugen af økologisk kød og mejeri kan derfor ses som den direkte vej til kommunikere bedre dyrevelfærd på menuen.



Jeg opererer jo lidt med et slogan, der hedder "Lav mad med hjertet og husk altid, at less is more" Det gør sig bestemt også gældende, når det kommer til Råvarerne. Anonyme og identitetsløse råvarer er bare kedeligt – men via samarbejde med lokale og ofte økologiske producenter skabes der noget værdifuldt. Jeg er selv meget fokuseret på, at vores menu tager hensyn til verden omkring os, og her er økologiske råvarer et must.

- Bjarke Jeppesen,
Køkkenschef, Restaurant Treetop

*Dog må op til 5 procent af foderet til svin og fjerkræ være ikke-økologisk.



Man har talt meget om den glade gris, der lever et frejdigt liv på de danske marker. Det er nogle gange måske et lille stykke fra sandheden. Men hvis man nu fokuserede på at støtte op om netop den produktionsform og den gode fortælling, så vil koteletten bare smage meget bedre.

- Michael Museth,
Slagter, kok og indehaver, Butcheria



Det kan være svært at smage forskel på et økoæg og et andet æg, men prøv så at tænke på hønen, der leverer ægget og forestil dig hvordan du gerne vil have den skal leve og især, hvad du ikke vil byde den. Så smager økoægget lige pludseligt ekstra godt.

- Rune Lund Sørensen,
Kok og indehaver, Restaurant Hærværk.



ØKOLOGI OG BÆREDYGTIGHED

GRØNT ER IKKE ALTID SORT-HVIDT

Bæredygtighed er en kompleks størrelse, men relevant som aldrig før. Mange i foodservicebranchen er optaget af, om økologi er nøglen til bæredygtighed eller blot én af flere veje.

Når det handler om bæredygtig produktion og forbrug, drejer det sig ikke kun om klima og miljø. Det omfatter også sociale og økonomiske aspekter. Mange faktorer spiller ind og nogle trækker i hver sin retning. Som professionel står man ofte tilbage i det dilemma, at det kun er de færreste fødevarer, der lever op til 'det hele'. Opgaven er så at vurdere på gæsternes og ens egne vegne, hvad man synes, der er mere eller mindre vigtigt i forhold til de tre bæredygtighedsaspekter:⁹

DET ØKONOMISKE ASPEKT:

Balance mellem udbud og efterspørgsel, eliminering af madspild, skabe merværdi. Driftsledelse, overskud til at investere i fx ny teknologi

DET SOCIALE ASPEKT:

Leveforhold, livskvalitet, arbejdsvilkår. Velfærd, sundhed, uddannelse, dyrevelfærd, import/eksport, samfundet/lokalt

DET MILJØMÆSSIGE ASPEKT:

Påvirkning på natur, miljø, ressourcer herunder næringsstoffer, vand, jord, energiforbrug og biodiversitet.

BÆREDYGTIG PRODUKTIONSFORM – EN KOMPLEKS OG ETISK VURDERINGSSAG¹¹

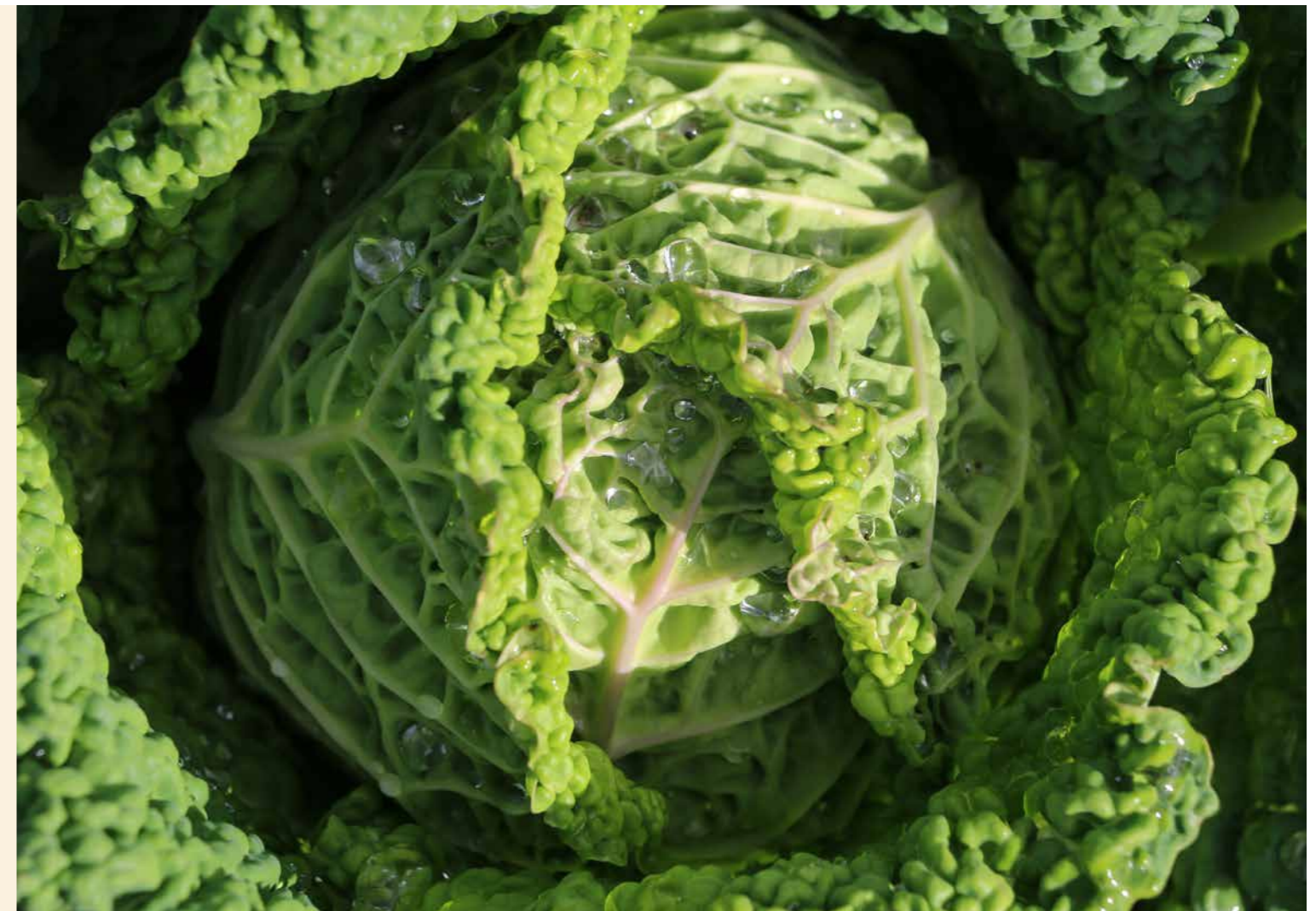
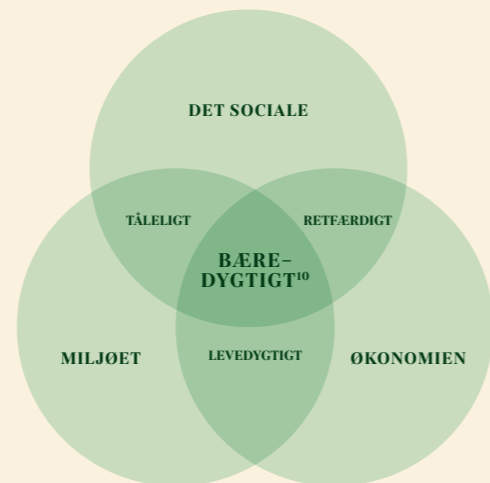
Et konkret eksempel på bæredygtighedsbegrebets kompleksitet er, hvordan man vægter miljøbelastning og arealforbrug i forhold til hinanden. Ud fra et bæredygtighedsperspektiv med fokus på mindst mulig miljøbelastning, vil den økologiske fødevarer anses for at være mere bæredygtig, da der ikke anvendes pesticider og kunstgødning. Kigger man på arealforbrug har de økologiske afgrøder dog et udbytte som typisk ligger 10-30 % lavere end konventionelle afgrøder.¹²

Når man vurderer bæredygtighed, skal man desuden tage stilling til, hvor langt et tidsperspektiv, man ser produktionen i. Er det et her-og-nu-billede, vil den konventionelle produktion ofte give mere mad pr. kilo, sammenlignet med økologisk dyrkning. Men den økologiske tilgang er bedre for miljøet pr. areal, da den holder jorden mere frugtbar, mindsker skadelige stoffer i jorden og fremmer mangfoldigheden af planter og dyr. Så selvom den konventionelle produktion kan

virke bedre på kort sigt, kan den økologiske produktion fremstå mere bæredygtig på lang sigt.^{13,14}

Desuden er ressourceforbrug også en vigtig overvejelse ift. bæredygtighed. Kommer fødevarerne fra opvarmede drivhuse eller direkte fra marken? Er afstanden kort eller lang fra mark til mund? Hvilken transportform er fødevarerne fragtet

med (ca. 10-15 % af fødevarernes klimaaftryk kommer herfra)? Er der brugt vedvarende energikilder til produktionen? Er der tale om en fødevarer med lang opbevaringstid eller mere skrøbelige friske fødevarer eksempelvis grøntsager? Det er alt sammen afgørende for miljøpåvirkningen og dermed for graden af bæredygtighed.



”
Økologi bør være selvsagt i topgastronomien! Vi går glip af en kæmpe mulighed ved ikke at skabe en helt tydelig forbindelse mellem høj gastronomi og økologi. Det er ikke noget, man ser så meget nogen steder i verden endnu. Vi kunne blive billedet på den kobling ude i verden, med stor seriøsitet og øje for hensynet til miljø og klima – også i restaurationsbranchen. Det bæredygtige/økologiske køkken kunne blive det næste helt store skridt og være med til at fremtidssikre hele branchen.

– Christian F. Puglisi,
 Kok og restauratør og forfatter

”
Det skal aldrig blive økologi for enhver pris, men der er mange steder, hvor det giver mening. Hvis man fx kun kan få økologiske sugarsnaps fra Kenya, skal man gøre sig umage med at finde alternativer og nok bare spise noget andet.

– Kamilla Seidler,
 ejer og køkkenchef restaurant LOLA



”
Økologien skal til stadighed udvikle sig i mere bæredygtig retning samtidig med, at flere landmænd i praksis skal kunne lægge om til økologisk drift. Økologi er derfor også en række kompromisser og dilemmaer, hvor flere hensyn taler imod hinanden. Økologien har ikke endegyldigt svar på alle spørgsmål og løsninger på alle problemer, men gennem projekter og fagpolitisk arbejde udvikles økologien og alle – producenter, virksomheder og forbrugere – bliver klogere på muligheder og løsninger.

– Økologisk
 Landsforening

ØKOLOGI ER EN DEL AF ET BÆREDYGTIGT VALG

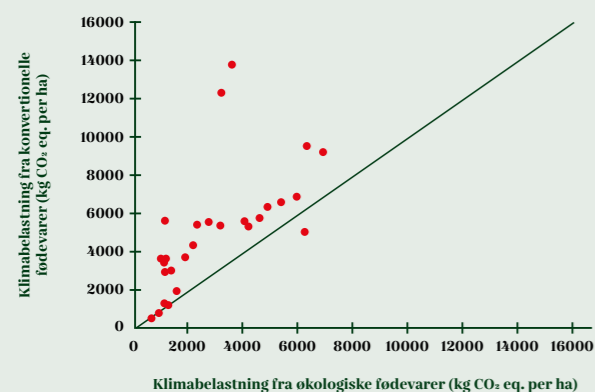


Økologi er ikke det eneste svar, når man taler bæredygtighed, for økologiske køer prutter altså også, så i den sammenhæng er økologi ligestillet med mange andre produktioner. Men når man i økologisk landbrug ikke bruger kunstig gødning eller sprøjtemidler, er man bl.a. med til at beskytte vandmiljøet i vores lokale farvande og fremme biodiversiteten. Begge dele er en væsentlig del af den bæredygtige løsning.

FØDEVAREPRODUKTIONENS KLIMAAFTRYK

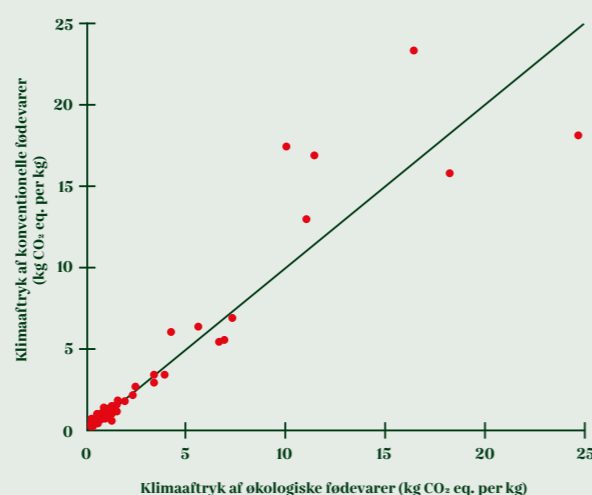
Et vigtigt parameter i forhold til bæredygtighed er produktionens klimaafttryk. En fødevarers klimaafttryk kan opgøres i enten CO₂ ækvivalenter pr. kilo produkt eller CO₂ ækvivalenter pr. hektar. På Aarhus Universitet har man lavet en ny undersøgelse af konventionelle og økologiske produkters klimaafttryk.¹⁶ Resultaterne fremgår af nedenstående grafer.

Klimabelastning fra økologiske og konventionelle fødevarer per arealenhed (kg CO₂ eq. per ha)¹⁵



De 22 prikker hentyder til 22 studier, der sammenligner samme produkter for økologisk og konventionel produktion. Her ses det tydeligt, at langt de fleste prikker ligger over den diagonale linje, hvilket indikerer, at den økologiske produktion har en lavere klimabelastning end den konventionelle produktion, hvis man opgør klimabelastning per hektar.

Klimaafttryk af økologiske og konventionelle fødevarer (kg CO₂ eq. per kg)



De 39 prikker repræsenterer 39 studier som parvist sammenligner klimabelastning for konventionelle og økologiske produkter pr. kg. Den forholdsvis jævne fordeling af prikker/fødevarer på begge sider af den diagonale linje indikerer, at der ikke er den store forskel på de to produktionsmåder, hvis man opgør klimabelastning per kilo.



TALLENE MODBEVISER EN SEJLIVET MYTE

På baggrund af ovenstående figurer kan vi aflive myten om at økologi ikke er bæredygtig, fordi det er mindre intensivt. Figureerne viser nemlig at uanset om man opgør klimaafttrykket pr. areal, eller pr. kg. produkt, så har økologiske fødevarer enten det samme eller lavere klimaafttryk på tværs af fødevarer kategorierne.



I ØVRIGT

EU har vedtaget, at fremover skal virksomheder rapportere om deres negative og positive effekter på klimaet, samfundet, og miljøet. De kalder det ESG (Environmental, Social and Governance), som står for de tre bæredygtighedsaspekter, der er beskrevet på side 12.

For virksomheder bliver ESG-rapportering og hermed bæredygtighed altså et konkurrenceparameter og en nødvendighed i fremtidens marked. De tre ESG-faktorer er centrale, når virksomheders samfundsansvar og bæredygtighedsindsats skal måles og vurderes.

Læs mere om ESG på www.okoportalen.lf.dk



Hos Gasoline Grill sælger vi en del oksekød, og vi vil gerne være det mest bæredygtige valg, hvis man skal spise oksekød. Det gør vi blandt andet ved udelukkende at vælge økologiske råvarer. Det har vi gjort siden dag 1, og det er vi stolte af. Jeg mener også, at vi viser meget godt og er beviset på, at man sagtens kan være konkurrencedygtig og tjene penge, selvom man vælger økologiske råvarer – Vores burger er fuldt ud konkurrencedygtig med vores kollegers, som ikke tilbyder økologiske kød, bolle, grønt osv.

– Klaus Wittrup,
Indehaver, Gasoline Grill



Vi betragter faktisk økologi som almen opdragelse og en grundlæggende forståelse for, hvordan vi bliver nød til at arbejde med råvarerne i restauranterne! Når vi tænker råvarer, skal vi også tænke på fremtiden og på de næste mange generationer! Økologien er klart en del af den bæredygtige løsning! Vi skal lære at navigere råvarerne og nøjes en gang imellem. Det er ikke logisk at sætte friske jordbær på menuen år rundt! Men det burde være logik, at man kun køber jordbær, når de er i sæson og vælger en variant, der er dyrket så skånsomt som muligt.

– Rune Lund Sørensen,
Kok og indehaver, Restaurant Hærværk



Vores tætte samarbejde med landbruget omkring lokale råvarer har givet et løft i kvaliteten af vores råvarer, vi har fået en langt bredere adgang til økologi, og så har det stor værdi i arbejdet for at reducere vores klimaafttryk. Vi prioriterer at indkøbe økologisk, for sådan hjælper vi bedst både landmanden og naturen samtidig med at vi i køkkenet tænker os mere om ved f.eks. at bekæmpe madspild og udnytte råvarerne til fulde. De helt store vindere er vores kunder, der får et produkt baseret på fantastiske danske råvarer, og som leverer 100% på smag og kvalitet.”

– Jacob Nagel,
Direktør, Gastronomiet

DER SKAL ØKOLOGI PÅ MENUEN

I BOGSTAVELIG FORSTAND

Danskerne sætter i stor udstrækning lighedstegn mellem økologi og kvalitet. I en undersøgelse fra 2017 svarer næsten 70 % af danskerne, at de i nogen grad eller i høj grad opfatter et spisested med stor andel af økologiske fødevarer som et spisested af høj kvalitet.¹⁷

Helt så enkelt er det naturligvis ikke, men man kan i hvert fald konkludere følgende:

1. Hvis man driver et spisested, og man gerne vil give gæsterne en større kvalitetsoplevelse, kan det være et skridt på vejen at bruge flere økologiske råvarer.
2. Hvis man allerede bruger økologiske råvarer, men ikke skilter med det på fx menukort, hjemmeside m.m., er det bare med at komme i gang.

EN INDSATS, DER KAN MÆRKES

Når en vis andel af et køkkens råvarer er økologiske, kan man få et Økologisk Spisemærke. Det gør det nemmere for forbrugerne at identificere offentlige og private spisesteder, der benytter sig af økologi. Og det gør en forskel. For ca. halvdelen af danskerne har økologiskiltningen en markant betydning for, hvilket sted man besøger¹⁸ og for opfattelsen af kvalitet.¹⁹

De Økologiske Spisemærker er statskontrollerede, og det er helt gratis at få et. I dag er mere end 3.400 køkkener certificeret med Det Økologiske Spisemærke. Hvis man ikke ønsker at arbejde med Det Økologiske Spisemærke, så er det altid muligt at fortælle gæsterne om sine råvarevalg. Det betyder bl.a. at hvis du udelukkende bruger kød fra en særlig økologisk producent,



I ØVRIGT

Ordet økologi stammer oprindeligt fra græsk og betyder frit oversat "læren om naturens husholdning". Formålet med økologien er at skabe et sammenhængende system for en bæredygtig og helhedsorienteret landbrugs- og fødevarerproduktion, hvor man tager særlige hensyn til miljø, natur og dyrevelfærd.

kan det være en fordel at aktivt informere dine gæster om det – enten i tale eller via info på hjemmeside og menu. Det kan være en jungle at finde rundt i hvad du må og ikke må sige, men en god tommelfingerregel er at holde sig strengt til faktuelle fortællinger. **Du kan læse mere om generelle regler for anprisninger på fødevarer på www.GodeRåvarer.dk**



30-60% økologi



60-90% økologi



90-100% økologi



I vores overordnede kommunikation og på vores hjemmeside fortæller vi højt og stolt om vores samarbejder med lokale, økologiske leverandører. Vi skriver også om det i vores menukort. Vi bruger faktisk meget energi på at fortælle gæsterne om vores holdning til bæredygtighed og økologi – og jeg håber, de ved, at vi knokler for at lave mad med mening.

- Anne Cathrine Christensen,
Køkkenchef, Sinatur hoteller



Hvis opfattelsen er, at økologi er højere kvalitet, så ER det sådan. Virkeligheden er muligvis en anden, men det er hjernen altså pænt ligeglad med.

- Nicolai Svarer Schwensen,
Brandings ekspert





HOP OM BORD PÅ DET ØKOLOGISKE TOG

DET KØRER NU

Der hersker ingen tvivl om, at økologi er kommet for at blive. Gennem en årrække har vi set, at andelen af økologiske fødevarer bliver større og større. Tager man udgangspunkt i salgsvæksten for økologi i foodservice de seneste 10 år, lyder prognosen for salget på tværs af økologisk kød, mejeri, frugt og grønt på 6-7 % årlig vækst.¹ Og forbrugerne driver i høj grad væksten.

MANGE FORBRUGERE FORVENTER AT KØBE ENDNU MERE ØKOLOGI I FREMTIDEN

I dag køber den gennemsnitlige dansker for ca. 3.400 kr. økologiske fødevarer om året. 52,5 % af danskerne køber økologi hver eneste uge, og ca. halvdelen af danskerne forventer at købe endnu mere økologi i de kommende år. Også HoReCa-segmentet oplever, at forbrugerne i stigende grad efterspørger velsmagende mad, der tager hensyn til miljø, natur og dyrevelfærd.²⁰ Fremtiden i foodservice handler altså ikke kun om at skabe madoplevelser med fokus på smag – den handler også om at gøre en positiv forskel for vores planet og dyrevelfærd.

Udviklingen blandt danskerne lige nu inkluderer at udlicitere flere af de daglige måltider til restauranter, kantiner og cafeer. Vi spiser simpelthen flere måltider uden for hjemmet og interesserer os mindre for selv at lave mad til hverdag. Når forbrugerne bliver til gæster, tager de deres krav om økologi og bæredygtighed med fra supermarkedet til restauranterne. Det er en tendens, som breder sig meget hurtigt i landet lige nu, og landets kokke skal være klar på, at gæsterne i fremtiden ønsker sig en højere grad af gennemsigtighed ift. råvarerne på menuen.

– Anders Nicolajsen,
Chefkonsulent for gastronomi og foodservice,
Landbrug & Fødevarer.

Økologien står stærkt i Danmark, fordi den gennem mange år har oparbejdet en høj troværdighed og merværdi for forbrugerne. Virksomhederne og landmændene har sammen med detailhandlen ligeledes været gode til at udvikle et bredt og varieret udbud af økologiske varer og foodservice er i fuld gang.

– Kirsten Lund Jensen,
Økologichef, Landbrug & Fødevarer



I ØVRIGT

Det er ikke kun i Danmark, at vi spiser mere og mere økologi. Verden over sælges der økologiske fødevarer for mere end 900 milliarder kr., og Danmark, der har verdens højeste markedsandel på 12 % i detail og 13 % i foodservice sektoren, ses som et internationalt økologisk foregangsland.²¹

Ekstra penge bliver kanaliseret over i bedre og nye fødevarer. Det betyder, at økologien fremadrettet har en opgave foran sig. Økologien skal ses som en tanke – en helhed og ikke en certificering.

– Kirsten Poulsen,
Futurologist



LANDBRUGET ER KLAR

BARE SIG TIL

Landbruget producerer allerede masser af økologiske, lokale og bæredygtige fødevarer. Og det er ikke viljen til at producere flere, der mangler. Samme vilje findes hos HoReCa, hvor der er et stort ønske om mere bæredygtighed og økologi, og fokus på at møde og udvikle forbrugernes ønsker til menuen.²²

I vores overordnede kommunikation og på vores hjemmeside fortæller vi højt og stolt om vores samarbejder med lokale, økologiske leverandører. Vi skriver også om det i vores menukort. Vi bruger faktisk meget energi på at fortælle gæsterne om vores holdning til bæredygtighed og økologi – og jeg håber, de ved, at vi knokler for at lave mad med mening.

- Anne Cathrine Christensen,
Køkkenchef, Sinatur hoteller

Men det kan være svært at finde hinanden. Derfor er der sat en række initiativer i gang, som skal bringe producenter og foodservicesektoren sammen.

BOOK EN MARK

En af de vigtigste tendenser på markedet lige nu er at mindske afstanden fra jord til bord. Med afsæt i denne tendens er initiativet 'Book en mark' opstået, som er en slags 'business dating' mellem økologiske producenter og aftagere fra både foodservice, fødevarevirksomheder og dagligvarehandlen. Formålet er, at både producenter og aftagere får en bedre forståelse for hinandens behov.²³

”

Det er de færreste kokke, der lige kan rive et par dage ud af kalenderen for at køre rundt og finde økologiske producenter. Derfor forsøger vi at samle både producenter og kokke ét sted; Nemlig på 'Book en mark'.

- Lærke Kirstine Lund,
Sektorchef for planter og planterige fødevarer,
Landbrug & Fødevarer

KLAR TIL AT LEVERE

Et andet initiativ er 'Klar til at levere'²⁴, hvor økologiske producenter, der gerne vil levere frugt, grønt, bælgfrugter, korn og andre planterige produkter er samlet, så foodservicesektoren lettere kan finde frem til dem. **Læs mere om 'Book en Mark' og 'Klar til at levere' projekterne på www.goderaavarer.dk**

”

Det er virkelig rart at møde dem, der producerer, for det viser sig jo, at når jeg kan forklare dem mine konkrete behov, kan de ofte finde en løsning, så vi kan få et samarbejde op at stå.

- Jakob Nagel,
Direktør, Gastronomiet

”

Jeg producerer mine råvarer med en enorm stolthed og fokus på både bæredygtighed og smag, og jeg kan mærke, at der er stigende interesse for at aftage dem. Det giver blod på tanden til at producere og levere endnu mere økologi til foodservice.

- Peter Mejnertsen,
Direktør, Mejnerts Mølle

SKAL DU I GANG MED ØKOLOGI?

START MED AT PLUKKE DE LAVEST HÆNGENDE ØKOLOGISKE FRUGTER

Når beslutningen om at få mere økologi ind i køkkenet er truffet, er det næste spørgsmål ofte: "Hvor skal vi starte?" For det kan virke uoverskueligt at starte forfra, finde nye producenter, smage råvarer osv.

Det kan gøres på mange måde. Nogen favoriserer omlægning med Det Økologiske Spisemærke, hvor man kigger på en procentvis omlægning af hele fødevarerudd budet. Andre finder større værdi i at kigge på enkeltkategorier og omlægge de råvarer, der giver mest mening først.

Uanfægtet metoden så er rådet fra dem, der allerede har gjort det, simpelt: Et skridt ad gangen. Begynd med det, der er nemmest for dit køkken. Et eksempel som virker for mange er en model, hvor man starter med de basale varer nederst på den såkaldte 'Økologiske Trappe'. Fx mælk, æg, frugt, grøntsager og gryn. Læs evt. mere om omlægning med det økologiske spisemærke, og hvad der skal til for at få det gratis økologiske spisemærke på www.oekologisk-spisemaerke.dk.

DEN ØKOLOGISKE TRAPPE



Erfaringer viser, at når man har taget de første skridt på 'økologitrappen' bliver det nemmere at tage de næste og inkludere endnu flere økologiske produkter og råvarer i menuen.



Til at starte med virkede det uoverskueligt, men da vi først kom i gang med omstillingen til økologi, viste det sig at være helt vildt nemt. Bare tag lidt ad gangen.

– Mona Carøe,
Cheføkonom, Regionshospitalet Randers

I ØVRIGT

De største aftagere for økologiske fødevarer herhjemme er de offentlige køkkener, som står for 46 % af salget til foodservice sektoren, mens 32 % går til hoteller og restauranter. Kantiner på private arbejdspladser aftog i alt 16 % af økologisalget.²⁵



HVORDAN FÅR VI MERE ØKOLOGI PÅ MENUEN UDEN AT GIVE BUDGETTET ET GOK?

Det er et centralt spørgsmål, som kan lyde som en kæmpe udfordring, for der er ingen tvivl om, at det kræver mere for landmanden at producere en økologisk råvare, og derfor koster den også mere at erhverve. Men mange køkkener har formået at omlægge til økologi, uden at prisen er stukket af. Faktisk lykkedes det via små ændringer i menuen, mange kokke, helt at absorbere merudgiften til økologi i den eksisterende kalkulation. Det kræver naturligvis en indsats, men det kan lade sig gøre. For at få mere budget til økologi er noget af det, som andre har haft succes med, er:

- At minimere madspild
- At øge vidensniveauet gennem træning og uddannelse af køkkenpersonale
- At have større fokus på sæsonens råvarer
- At have mere madhåndværk og madlavning fra bunden
- At gentænke brugen af kød – mere fokus på smag og tilberedning

Som al anden begyndelse kræver tilvænningsprocessen i starten en ændring i arbejds gange og indstilling. Men i det lange løb er der mange eksempler på, at det er muligt at få mere økologi ind i køkkenet på en økonomisk bæredygtig måde.

”

Vi kigger hele tiden på, hvilke dyre produkter vi kan skifte ud med billigere økologiske. Det kan for eksempel være at skifte de dyre græskarkerner ud med økologiske gulerødder, så kunne vores rugbrød blive helt økologisk.

– Mona Carøe,
Cheføkonoma, Regionshospitalet Randers

”

Vi vil gerne skabe grønnere, mere økologiske menuer. Men her er det vigtigt at vi går et skridt tilbage og bliver bedre til at lave mad fra bunden, lærer sensorik og at forstå råvarerne.

– Christian Bøjlund,
Ejer, kok og madformidler, Løgten Madhus



I ØVRIGT

Fremtidens produktion og forbrug bliver forventeligt mere målbar og mere bæredygtig. Her har vi brug for redskaber til at beregne den samlede klimabelastning af et produkt fra vugge til grav. Et redskab, der beregner bæredygtighed ud fra samtlige bæredygtighedsaspekter, er livscyklusanalyser og her præsterer økologien flot.

Læs mere om beregningsmetoder for bæredygtighed hos Innovationscenter for Økologisk Landbrug (www.icoel.dk)

REFERENCER

- ¹ Økologisk detailsalg - Danmarks Statistik (dst.dk)
- ² Kan man smage økologi og dyrevelfærd? (voresmad.dk)
- ³ Økologi og friland giver forventninger til smag (voresmad.dk)
- ⁴ Smagshjul for økologiske og konventionelle grise (goderaavarer.dk)
- ⁵ Økologiens ØBC
- ⁶ ICROFS: De økologiske principper
- ⁷ Norstat forbrugerundersøgelse for L&F Maj 2022 (lf.dk)
- ⁸ Økologisk versus konventionelt jordbrug - Rådet for Grøn Omstilling (rgo.dk)
- ⁹ Gjerris M, Gamborg C & Saxe H. What to buy? On the complexity of being a political consumer. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 2016; 29(1): 81-102
- ¹⁰ www.Madkundskabsforum.dk - de 3 bæredygtighedsaspekter
- ¹¹ Økologi er danskernes bæredygtige fødevalg | Økologisk Landsforening (ritzau.dk)
- ¹² Økologisk korn og andre produkter (lf.dk)
- ¹³ Innovationscenter for Økologisk Landbrug (icoel.dk)
- ¹⁴ Rapport: Økologi er mindre miljøbelastende (icoel.dk)
- ¹⁵ Aarhus Universitet 2022 - Videnssynthese om livscyklusvurderinger og klimaeffektivitet i landbrugssektoren (au.dk)
- ¹⁶ Aarhus Universitet 2022 - Videnssynthese om livscyklusvurderinger og klimaeffektivitet i landbrugssektoren (au.dk)
- ¹⁷ Økologiske fødevarer på spisesteder kan sandsynligvis medvirke til øget kvalitetsopfattelse af stedet (goderaavarer.dk)
- ¹⁸ Halvdelen af danskerne sigter efter økologi, når de spiser ude | Økologisk - nyt om udviklingen (okonu.dk)
- ¹⁹ Økologiske fødevarer på spisesteder kan sandsynligvis medvirke til øget kvalitetsopfattelse af stedet (goderaavarer.dk)
- ²⁰ Økologisk Markedsrapport 2020 (okologi.dk)
- ²¹ Økologien vokser i hele verden (lf.dk)
- ²² Både privat og offentlig foodservice ønsker mere økologi (lf.dk)
- ²³ Book en Mark (goderaavarer.dk)
- ²⁴ Klar til at levere - find din lokale planteproducent her (goderaavarer.dk)
- ²⁵ Økologisalget i foodservice steg igen i 2021 (lf.dk)



Læs mere om økologi
og gastronomi på
www.GodeRåvarer.dk
og www.LF.dk



MED STØTTE FRA | Fonden for **økologisk landbrug**