



Økologisk mælk som lokomotiv for økologi

Økologisk mælkeproduktion har været et lokomotiv for udviklingen af økologisk produktion, areal og salg siden 80'erne. Det skyldes ikke mindst en stærk forbrugerbakning, engagerede økologiske mælkeproducenter og en markant konkurrence- og innovationskraft hos mejerierne. Afgørende er også det stærke samarbejde mejerierne imellem — og hos økologiske mælkeproducenter på tværs af mejerierne — om afsætning, udvikling og forbrugerevents i samspil med Økologisk Landsforening og detailhandelen. Det er i den ånd at økologiske mælkeproducenter fra alle mejerier, samlet i Økologisk Landsforenings Mælkeudvalg, fremsætter denne 'Aktionsplan for økologisk mælkeproduktion'. En plan som skaber bedre forhold for alle parter fra jord til bord.

Lokomotivet skal op i fart igen. De økologiske mælkeproducenter vil økologi, og der er fremgang på hjemme- og eksportmarkeder. Men indtjeningen er udfordret; mælkekvoternes bortfald giver flest fordele for intensiv produktion, og der er for første gang en mærkbar tilbagelægning. Der er hindringer i vejen for det økologiske lokomotiv. De skal fjernes, og nye spor skal lægges ud, så det bliver attraktivt for nye - også unge - landmænd at vælge den økologiske produktionsform, og så de økologiske mælkeproducenter også i fremtiden har en sund forretning og gode udviklingsmuligheder.

Vi skal sikre, at de økologiske mælkeproducenter, som i dag dyrker en stor del af de hektar, der drives økologisk i Danmark, også fremover kan bidrage til målsætningen om en fordobling af det økologiske landbrugsareal - til gavn for naturen, vandressourcer, dyrevelfærd og samfundsøkonomien. Der er veje frem! Men det kræver en aktiv medvirken fra politikere, mejerier, detailhandelen, banker, forbrugere og de økologiske mælkeproducenter. Økologisk Landsforening ser følgende handlinger som bydende nødvendige:

Politikere: Fair konkurrence om jord, tak

Politikere skal fjerne forhold, der undergraver økologernes muligheder for forpagtning og køb af jord, og fastholde en offensiv politik for økologisk investering, afsætning og eksportfremme.

- **Fødevarerministeren og Klimaministerens kan, via deres tyske kollegaer og evt. EU, påvirke tysk lovgivning - herunder tyske, statsgaranterede høje priser til biogas, som har skabt en meget ulige konkurrence om jord - til skade for økologisk mælkeproduktion. Alternativt skal der findes nationale løsninger, som reducerer skaden eller åbner nye muligheder for økologer.** Tysk prisgarantier til biogasproduktion skaber en ulige konkurrence om forpagtninger af jord i Sønderjylland, hvor produktion af majs til tyske biogasanlæg udkonkurrerer dansk fødevarerproduktion på store arealer og presser især økologiske mælkeproducenter, som har særligt behov for større jordarealer. Det skyldes, at økologiske køer skal på græs, og at økonomien i økologi kræver en høj grad af selvforsyning med foder. Nationale grønningsskrav om sædskifte, vil også kunne hindre monokulturer med majs og forbedre forhold for såvel økologer, som naturen, drikkevandsressourcer og jordens frugtbarhed, som tager skade af majsørkener.
- **Fødevarerministeren kan sikre étårige forlængelser af økologisk arealstøtte for alle nuværende økologer.** De eksisterende krav om femårige forpligtigelser stiller økologiske producenter meget ringe i konkurrence om kortere forpagtninger.

- **Fødevarerministeren og Miljøministeren skal sørge for, at implementering af den målrettede miljøregulering ikke forringer økologiske mælkeproducenters adgang til jord. Evt. ulemper for økologer skal udlignes med nye fordele.** Hvis implementering af Natur & Landbrugs-kommissionens anbefalinger giver konventionelle producenter nye muligheder for øget N-tilførsel på meget store arealer i Danmark, vil de være bedre stillet i konkurrencen om køb og forpagtning af disse arealer. Økologer får ingen glæde af de nye "rettigheder". Tværtimod.
- **Kommende jordfordelingsinitiativer skal prioritere forbedring af økologiske mælkeproducenters arrondering. Det er nødvendigt, når køer skal på græs hele sommeren.**
- **Offentligt ejet landbrugsjord skal drives økologisk, ligesom større anvendelse af økologi i afgræsning af naturplejekrævende arealer vil kunne skabe nye muligheder for økologer.**
- **Landbrugsstøtten bør i højere grad tilgodese landmænds indsats for samfundsgoder som natur, klima og drikkevandsbeskyttelse.** En anvendelse af Danmarks muligheder for at bruge op til 15 % af landbrugsstøtten på landmandens miljøindsats vil gøre miljøvenligt landbrug mere konkurrencedygtig på både fødevarerpriser og ved forpagtning af jord.

Detailhandelen: Nytænkning, fairness, og gennemskuelige priser

Detailhandelen skal øge lige konkurrence og gennemskuelighed for forbrugerne via udfasning af ensidig anvendelse af mælk som slagvare og fastholde et stærkt samarbejde med økologerne.

- **Vi søger nytænkning i detailhandelens profilering - herunder en ende på den ensidige brug af mælk som slagvare.** Anvendelse af "billigmælk" som slagvare — solgt med tab eller til priser tæt på produktionsprisen — skævvrider markedet og skaber et stort prisspænd/ulig konkurrence til kvalitetsprodukter som økologisk mælk, der sælges af dagligvarehandlen med højere avancer. I dag skal tilbud ét sted tjenes ind på andre varer. Både forbrugerne og producenterne har krav på større gennemskuelighed — ærlige priser — og mere reelle forhold mellem produktionsomkostninger og salgspriser. Vi efterlyser en aktør, der vil skille sig ud, droppe mælk som slagvare og profilere sig på ærlige og gennemskuelige priser på alle varer.
- **Vi søger nytænkning i detailhandelens avancesætning og efterlyser en aktør, som vil garantere deres kunder "de mest fair priser" på økologi** via en fast avancepolitik, således at de økologiske varer, hvor råvarerne er dyrere, ikke samtidig pålægges en relativt højere avance i kroner og dermed større prisforskel til konventionel varer.
- **Detailhandelen ønskes fortsat som aktiv samarbejdspartner med Økologisk Landsforening og virksomhederne i økologisk afsætning, synlighed og tilgængelighed på mælkeområdet.**

Mejerier: Fortsat offensiv tilgang til innovation og salg

Mejerier skal fortsætte et offensivt arbejde med økologisk afsætning og produktinnovation som basis for en bæredygtig afregning til de økologiske mælkeproducenter. Gode takter omkring eksporten skal udnyttes og styrkes.

De økologiske mælkeproducenter: Innovation og nytænkning om effektivitet og værdiskabelse

De økologiske mælkeproducenter kan opsøge mulighederne for at udvikle bedriften på både kort og lang sigt.

- **Få nye øjne på bedriften**, især hvis tilbagelægning overvejes. Der er veje til større udbytter, bedre sundhed og ydelser, større effektivitet i omsætningen af næringsstofferne på ejendomme og differentiering af produktion (mere alsidige produktioner med kødproduktion, naturpleje mv.). Nøgle-faktorer der rykker på bundlinjen.
- **Undgå sårbarhed** i forhold til tilgængelig jord og yderligere gældsætning ved at overveje alternativer til øget volumen og antal køer.
- **Styrk selvforsyning og søg samarbejde** med økologiske planteavlere - eller potentielle omlæggere - lokalt
- **Tænk langsigtet**: Udbytter og indtjening kan svigte i enkelte år. Men økologi er fremtidens højværdivarer, og de sidste syv år har økologiske mælkeproducenter i gennemsnit tjent 180.000 kr. mere pr. år end de konventionelle. Kvotesystemet ophører 1. april 2015. Der er derfor grund til at se tiden an og undgå tilbagelægning med forventning om højere mælkeydelse og deraf følgende køb af mælkekvoter, som skal afskrives på et år.

Banker og rådgivere: Langsigtet tænkning tak!

Finansielle aktører skal søge langsigtede investeringer, sætte sig ind i økologiske produktions- og markedsvilkår og ikke presse en tilbagelægningsdagsorden ind over de økologiske mælkeproducenter på baggrund af meget kortsigtede kalkuler.

- **Det er ikke rådgiveres rolle at fremme kortsigtede beslutninger baseret på enkelte års udbytter.** Økologi er vækst inden for rammerne, mere værdi pr. enhed. Alle udviklingsveje skal i spil - ikke kun volumenforøgelse, men også værdiforøgelse.
- **Vi efterlyser én eller flere finansielle aktører, der vil gå i front med servicering af den økologiske branche.** En branche med fremtiden for sig.
- **Vi efterlyser flere nye samspil om finansiering af nye ejer- og samarbejdsmodeller i økologisk produktion samt for yngre landmænd og mindre og alsidige landbrug**

Forbrugerne

Forbrugernes fortsatte opbakning til økologi via indkøbsvognen kan suppleres med signaler til supermarkederne om ønske om fair priser på økologi

- Forbrugerne kan efterlyse en stopper for ensidig brug af mælk som slagvare, som giver uigennemskuelige priser og rammer økologiske mælkeproducenter hårdt
- Forbrugerne kan stille kritiske spørgsmål til salget af mælk på en fjerdedel af prisen på flaskevand. Billig mælk er dyrt for naturen, for køerne og for landmanden.