



Mejeri – en del af en sund og bæredygtig europæisk fødevarerektor

2021

Sammen om rejsen mod en grøn mejerisektor

Indholdet af denne PR-kampagne afspejler kun forfatterens holdning og er alene dennes ansvar. Europa-Kommissionen og det Europæiske Forvaltningsorgan for Forskning (REA) påtager sig ikke ansvar for eventuelt misbrug af den deri indeholdte information.



MEJERIFORENINGEN



DENNE KAMPAGNE ER
FINANSIERET MED STØTTE FRA
DEN EUROPÆISKE UNION

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE





Redaktion: Mejeriforeningen og Advice A/S.
Layout: Advice A/S.
Produktion: Frederiksberg Bogtrykkeri A/S.
Billeder: Mejeriforeningen, GettyImages, Moment Studio,
Jesper Rais, Helene Reinbach, Ole G. Mouritsen, Pia Heike
Johansen, Tænk tanken Frej, Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd,
Arla Food Ingredients, Them Andelsmejeri, Netto, CONCITO.
Udgave: år 2021.

Bidragssydere til publikationen



Jørgen Hald Christensen,
administrerende direktør
i Mejeriforeningen.



Ole G. Mouritsen,
professor i gastrofysik
og kulinarisk fødevarer-
innovation på Institut for
Fødevarer videnskaber ved
Københavns Universitet.



Helena Volsmann
Jørgensen,
agrarkononom og
kommende
mælkeproducent.



Helene Reinbach,
lektor ved Institut for
Fødevarer videnskaber
ved Københavns
Universitet.



Pia Heike Johansen,
lektor på Center for
Landdistriktsforskning
ved Syddansk Universitet.



Torben Aarris,
CEO ved
Them Andelsmejeri.



Erik Jesper Timmerman,
økonomiansvarlig i
Tænk tanken Frej og
projektleder for Unge
Landmænds Netværk for
Bæredygtig Handling.



Hans Jørn Mikkelsen,
erhvervsdirektør i
Ringkøbing-Skjern
Erhvervsråd.



Michael Løve,
Executive Vice
President i Netto
International.



Merete Myrup,
ernæringschef i
Mejeriforeningen.



Niels Østergaard,
Vice President for
Research & Development
hos Arla Food Ingredients.



Michael Minter,
programchef for
Fremtidens
Fødevarer hos
CONCITO.

Indholdsfortegnelse

- 06** Forord: Mejerisektoren er et vigtigt kort i den grønne kabale
- 08** Kapitel 1: Bæredygtig kost
- 10** De nye kostråd for en sund og klimavenlig kost
- 14** De unge vil gerne de nye kostråd men møder flere barrierer
- 21** Når klimaet kommer ind i kosten
- 26** Netto vil rykke forbrugerne med klimamærkning
- 30** Smagen som drivkraft for transitionen til mere bæredygtige kostvaner
- 36** Kapitel 2: Levende landdistrikter
- 39** Udvikling i landdistrikterne og mejeribrugets rolle
- 43** Them Andelsmejeri vægter kvalitet og lokal forankring
- 46** Når affald bliver til grønt guld
- 51** En ung mælkeproducent tager bæredygtighedsstafetten videre
- 57** Fremtidens bæredygtige landmænd

Mejerisektoren er et vigtigt kort i den grønne kabale

Af Jørgen Hald Christensen, administrerende direktør i Mejeriforeningen.

Den 6. rapport fra FN's klimapanel IPCC som udkom den 9. august i år, gør det for alvor klart, at der er behov for, at vi alle reducerer vores udledning af CO₂ og andre drivhusgasser markant for planetens – og vores egen – skyld.

Det minder os endnu engang om vigtigheden i arbejdet med den grønne omstilling. Klimaneutralitet er blevet en realitet for os alle, og det er blevet en præmis for at drive mejeribrug. I mejerisektoren tager vi denne præmis alvorligt, og vi ser det som en bunden opgave at lave transitionen til en fuldt grøn mejerisektor. Derfor har vi også konstant fokus på, hvordan vores produktion kan blive mere bæredygtig og grøn – både ude på gårdene såvel som på mejerierne.

Dansk mejeribrug er allerede en af frontløberne på den grønne omstilling internationalt på grund af vores stærkt

specialiserede know-how og høje effektivitet, et højt uddannelsesniveau og forskning i verdensklasse. Men vi skal blive endnu bedre – for klimaets og naturens skyld. Vi skal blandt andet blive bedre til at lære af hinanden og sprede de bedste eksempler på bæredygtighed internt i sektoren. Her kan vi allerede i dag høste de lavthængende frugter og arbejde for, at vi i hele sektoren får implementeret de bæredygtigheds-tiltag, der er velafprøvede, og som vi ved virker.

Hvis vi for alvor skal lykkes med den grønne omstilling, ikke kun i mejeribrug men i fødevarerektoren generelt, er der imidlertid også behov for, at vi får lavet nogle stærke partnerskaber med forskere, teknologiudviklere og politikere. Det er vigtigt, at vi i fællesskab får skabt gode rammer for fremtidens grønne mejeribrug. Vi skal sammen arbejde for, at der er finansiering til ny forskning og teknologiudvikling, og at forskningen er rettet mod ibrugtagning,

samt at der er nemmere adgang til den i alle led i sektoren. På den måde sikrer vi, at de nye bæredygtige landbrugsteknologier og den nyeste forskning, f.eks. inden for reduktion af koens metan-udslip, kan komme helt ud på gårdene og virke.

Nye rammer for mere klimavenlige spisevaner

Målet om klimaneutralitet kræver også, at vi alle ser på, hvordan vi kan spise mere bæredygtigt, samtidig med at vi spiser en sund og næringsrig kost. Det er vigtigt, at vi får de grønne tiltag på fødevarerområdet helt ud på danskernes spiseborde, i det lokale supermarked og på arbejdspladserne og uddannelsesinstitutionerne. For vi har allerede en masse viden og løsninger, som skal ud at leve i virkeligheden og integreres i vores daglige vaner.

I 2021 kom Fødevarerstyrelsens klimakostråd, som kan guide forbrugere til at spise både sundt og klimavenligt. Det tyder nemlig på, at det kniber med – som det også var tilfældet med de tidligere kostråd – at få folk til at følge dem.

I en ny forbrugerundersøgelse fra Mejeriforeningen¹ angiver 37 procent af danskerne, at det ville være lettere at følge de nye klimakostråd, hvis velsmag var tænkt ind i kostrådene. Endvidere peger 32 procent på, at de ville følge rådene, hvis de var lettere at handle ind efter, og 31 procent efterlyser mere viden om, hvordan de sammen sætter måltider ud fra kostrådene.

I mejerisektoren vil vi gerne hjælpe med at overkomme de barrierer – i tæt samarbejde med blandt andet detailhandlen, kokke og ernæringsprofessionelle.

Et helt centralt element, hvis vi alle skal spise mere grønt, er, at det grønne også skal smage godt. I mejeribrug tror vi på, at mejeriprodukterne netop kan bidrage med smag, næring og nytænkning i en ellers varieret og plantebaseret kost. Det skyldes, at mejeriprodukter, som f.eks. oste, har umami smag, en grundsmag som mange mennesker godt kan lide. Mejeriprodukter kan derfor bruges som en slags smagskrydderi, der tilføjer mere smag til det grønne og virker som en løftestang til, at vi alle spiser mere grønt.

En katalysator for bæredygtig lokal udvikling

Regeringen lagde i foråret 2021 op til at styrke balancen mellem land og by med udspillet 'Tættere på – Flere uddannelser og stærke lokalsamfund'. Desværre er landdistrikterne bagud på en række parametre, når det kommer til blandt andet økonomisk vækst, BNP per indbygger og antal beskæftigede².

Mejerisektorens forankring på landet og i de mindre byer betyder, at sektoren historisk og til stadighed spiller en vigtig rolle i landdistrikterne, f.eks. beskæftigede mejeribrug i 2020 ca. 29.500 personer³. Derfor er det helt afgørende, at vi som sektor går aktivt ind i den bæredygtige udvikling af landdistrikterne, særligt når det kommer til den grønne omstilling, men også i forhold til den økonomiske og sociale udvikling i lokalsamfundet.

Det gælder ikke mindst den kommende generation af mælkeproducenter for hvem den grønne omstilling netop bliver præmissen for at drive mejeribrug. Mange af dem vil rigtig gerne den grønne dagsorden,

men de efterlyser mere viden om og redskaber til, hvordan de skaber bæredygtige mejeribrug i fremtiden og dermed kan bidrage positivt til den grønne omstilling i landdistrikterne.

Her er det vigtigt, at vi både som sektor, men også som samfund, kommer de unge mælkeproducenter i møde og hjælper dem med transitionen til et bæredygtigt mejeribrug. For fremtidens grønne mejeribrug bliver i højere grad mere teknologisk, digitalt og forskningsbaseret og vil kræve en bred vifte af kompetencer. Derfor har vi en opgave i at sikre, at fremtidens unge mælkeproducenter har de rette rammer i form af adgang til de rette kompetencer, viden og teknologi udefra, så de kan lykkes – og dermed også kan bidrage positivt til en bæredygtig udvikling på landet.

I denne publikation har vi samlet gode eksempler på, hvordan mejerisektoren allerede er trukket i de grønne arbejdshandsker. Med hjælp fra mælkeproducenter, mejerier, organisationer og forskere fremviser vi inspiration til handling, som er helt central for en grøn mejerisektor.

Mejeriforeningens forbrugerundersøgelse: I april 2021 udførte analysehuset Userneeds på vegne af Mejeriforeningen en undersøgelse af danskernes holdning til bæredygtighed og bæredygtig kost. Undersøgelsen består af et udsnit på 1.500 repræsentative respondenter i alderen 18-65 år.

1. Forbrugerundersøgelse foretaget af Userneeds for Mejeriforeningen i april 2021.

2. Regeringens regional- og landspolitiske redegørelse fra november 2020.

3. Økonomisk analyse – fødevarerlyngen, 2020. Landbrug & Fødevarer.

Bæredygtig kost

Vi kan reducere klimabelastningen, hvis vi ændrer vores kost henimod en mere bæredygtig og grønnere kost. Derfor ser vi nu fra politisk hånd samt erhverv og civilsamfund en række tiltag, der har til formål at ændre vores madvaner i en mere bæredygtig retning. Blandt andet fik vi i januar nye danske kostråd, der som noget nyt også fokuserer på kostens klimapåvirkning. Endvidere lancerede Tænk tanken CONCITO en klimadatabase, der måler klimaaftrykket på de 500 mest almindelige danske fødevarer, som blandt andet skal bruges af supermarkederne til at guide forbrugerne til mere klimarigtige indkøb. Og på europæisk niveau arbejder Europa-Kommissionen som en del af deres Farm to Fork strategi på initiativer, der skal lave en transition til en mere bæredygtig og plantebaseret kost for alle europæere, blandt andet via mærkning af fødevarer. Men hvor let er det at ændre folks kostvaner, og hvordan holder vi en balance, så bæredygtig kost stadigvæk rimer på sund og næringsrigtig kost?

I dette kapitel ser vi på nogle af de nye initiativer, og hvad det kræver af de forskellige aktører i værdikæden, hvis vi for alvor skal implementere målet om, at vi alle skal spise sundere og mere klimarigtigt.

De nye kostråd for en sund og klima- venlig kost

Hver danskers madforbrug belaster klimaet med 3 tons CO₂ om året. Et led i planen for at mindske klimabelastningen er at få danskerne til at vælge fødevarer med lavere klimaaftryk. Fødevarestyrelsen har derfor i 2021 opdateret De officielle Kostråd, så de bliver en rettesnor for at spise sundt med en klimavenlig balance¹.

Desuden supplerer Fødevarestyrelsen rådene med ekstra tips om at

a) begrænse madspild og b) gå efter Nøglehulsmærket, når man køber ind².

Mejeriprodukter spiller en væsentlig rolle i at opnå en sund og klimavenlig kost, da mælk, syrnede mælkeprodukter og ost indeholder vigtige næringsstoffer. Klimakostrådene anbefaler 250 ml mælk til både børn og voksne og en differentieret mængde ost afhængig af alder³.

1. altomkost.dk/nyheder/nyhed/nyhed/nye-kostraad-faar-klima-paa-menuen/
2. altomkost.dk/raad-og-anbefalinger/de-officielle-kostraad-godt-for-sundhed-og-klima/
3. altomkost.dk/raad-og-anbefalinger/de-officielle-kostraad-godt-for-sundhed-og-klima/vaelg-planteolier-og-magre-mejeriprodukter/

De syv kostråd



Spis mad med
fuldkorn



Spis planterigt,
varieret og
ikke for meget



Vælg planteolier
og magre
mejeriprodukter



Spis flere grønt-
sager og frugter



Spis mindre
af det søde,
salte og fede

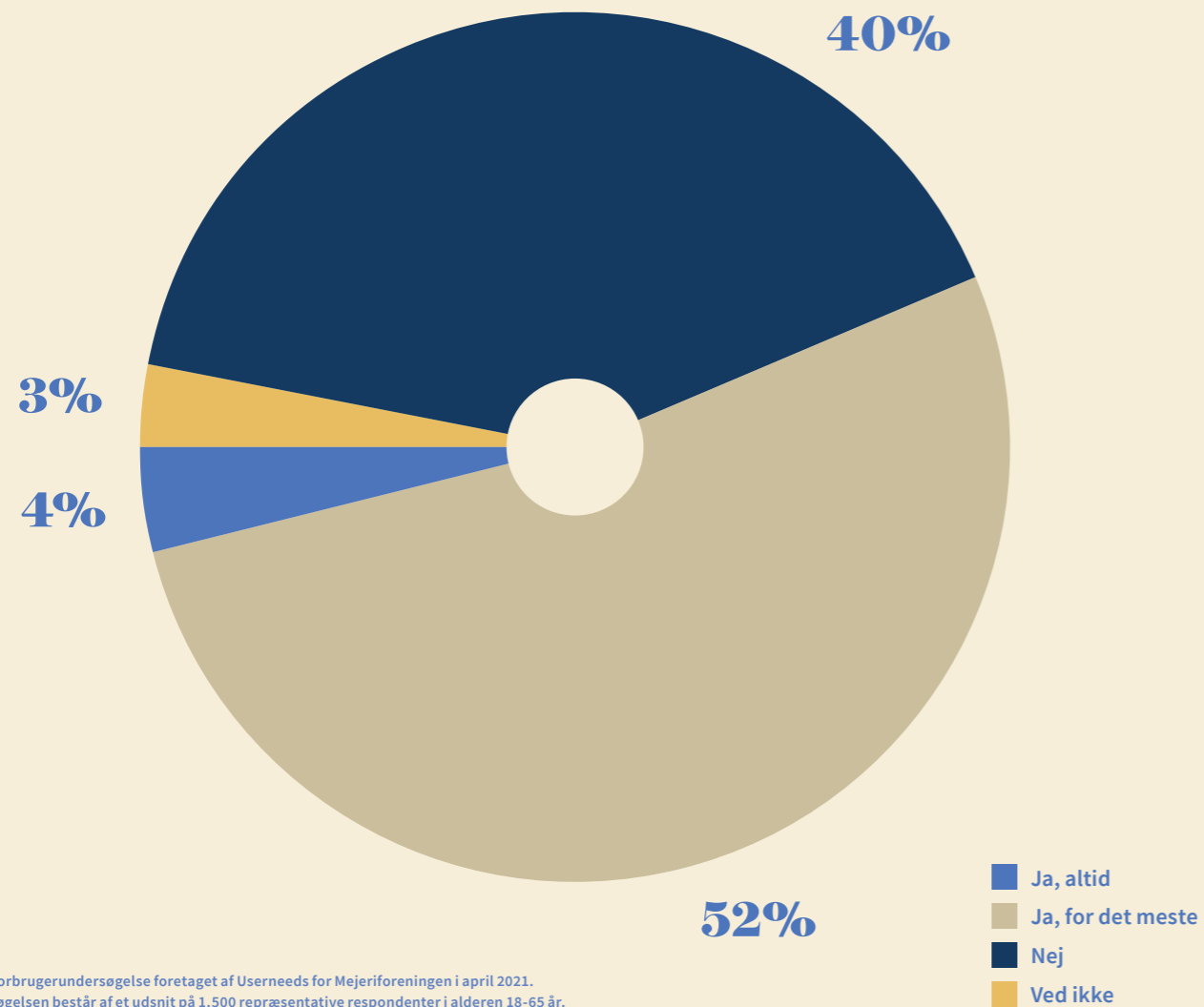


Spis mindre kød
– vælg bælgfrugter
og fisk



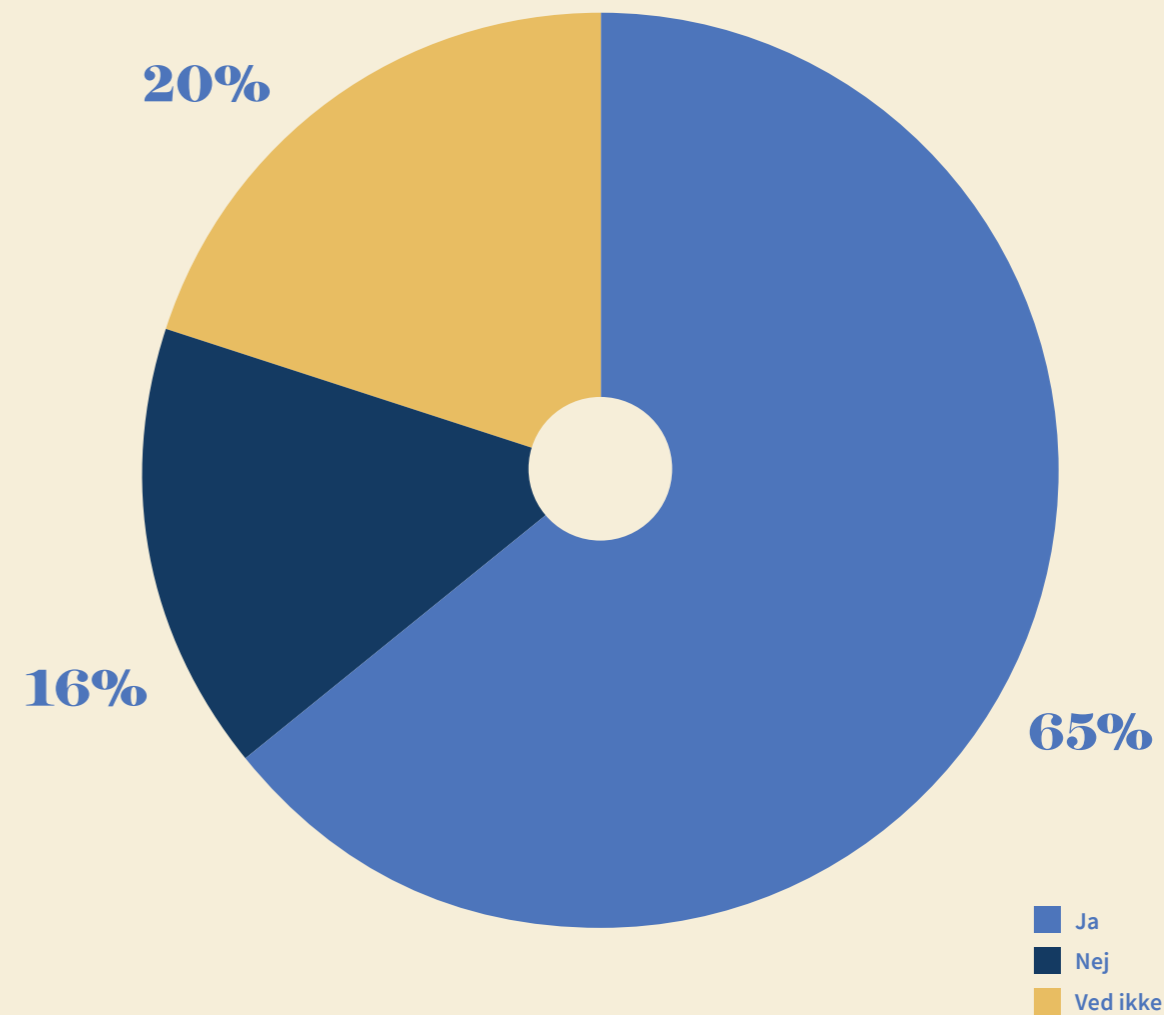
Sluk tørsten
i vand

Spiser du, alt i alt, efter de nye danske kostråd?



Kilde: Forbrugerundersøgelse foretaget af Userneeds for Mejeriforeningen i april 2021.
Undersøgelsen består af et udsnit på 1.500 repræsentative respondenter i alderen 18-65 år.

Er du enig i, at mejeriprodukter har en plads i en bæredygtig kost, fordi de er sunde?



De unge vil gerne de nye kostråd men møder flere barrierer

I en ny undersøgelse fra KU FOOD tager unge danskere mellem 18-28 år godt imod de nye klimakostråd. Men det er også en målgruppe, hvor data viser, at der historisk er langt fra holdning til handling inden for kostvaner, og ifølge lektor på Institut for Fødevidenskab ved Københavns Universitet Helene Reinbach, så er der en række barrierer for de unge.

I knap 40 år har Danmark haft kostråd, der har guidet danskerne til at spise sundere og mere fornuftigt. Kostrådene har med tiden ændret sig, som ny forskning om forholdet mellem kost og sundhed, og befolkningens kost og livsstil har ændret sig. I år har Fødevarestyrelsen lanceret syv nye officielle kostråd. Målet er nu ikke blot, at danskerne skal spise sundt, nu skal vi også spise mere klimavenligt.

Helene Reinbach er lektor på Institut for Fødevidenskab ved Københavns Universitet (KU FOOD), hvor hun i sin forskning arbejder med discipliner inden for sensorik og forbrugervidenskab samt folkesundhed til blandt andet at udvikle sunde og bæredygtige fødevarer og måltider. Hun har sammen med Camille Louise Næhr undersøgt, hvordan de nye klimavenlige kostråd er blevet modtaget af unge mennesker mellem 18-28 år. Ifølge Helene Reinbach kan resultaterne fra undersøgelsen for eksempel bruges til at understøtte udviklingen af sundere og mere klimavenlige fødevarer og til promoveringen af specifikke kostråd:

”Det er vores indtryk, at rigtig mange gerne vil spise både sundere og mere klimavenligt, men at de måske mangler lidt inspiration. I stedet for at snakke om næringsstoffer og kulhydrater og fedt, så snakker vi nu om rigtige madprodukter. Det synes jeg, gør det mere håndgribeligt. Derfor er det også interessant, hvordan denne målgruppe modtager de enkelte kostråd, når fokus er på specifikke madvarer frem for næringsstoffer”.

En ung målgruppe med potentiale og modsætninger

Den unge målgruppe er også interessant, fordi de i forvejen har gang i en livsudvikling, hvor der er potentiale for, at det også kan udvikle sig til en ændring af kostvaner. Ifølge Helene Reinbach er de unge i forvejen i en fase, hvor de gerne vil udvikle deres egen identitet – også i forhold til mad – og derfor er der et godt udviklingspotentiale til stede:

”Der er en del unge, der begynder at rykke sig, fordi de flytter på grund af uddannelse og får en ny omgangskreds. Det giver god mulighed for, at de unge kan inspirere hinanden, og hvis man kommer i et miljø, hvor der lige pludselig er mange, der spiser klimavenligt, så er der potentiale for, at de unge kan rykke sig”.

De unge er udadtil også en målgruppe, der går meget op i klimaet. I 2018 gik tusindvis af unge for eksempel på gaden for at demonstrere for en grønnere fremtid. Men et studie foretaget af DTU i 2015 undersøgte danskernes kostvaner mellem 2011 og 2013, og ifølge tal fra undersøgelsen, så er der ikke noget, der tyder på, at de unge er meget bedre end de ældre til at spise klimavenligt. De unges kost har endda et lidt højere CO₂-aftryk.

En yngre aldersgruppe på 18-24 år sammenlignet med en ældre aldersgruppe på 65-75 år, spiste ifølge DTU rapporten i gennemsnit færre frugt og grøntsager og deres kødforbrug var samtidig væsentligt større. Derudover viser flere studier også, at unge har et større madspild.

Så på trods af de gode hensigter er der ikke noget i de eksisterende tal, der tyder

Nogle af de plante-baserede mejeri-alternativer lever måske ikke helt op til kvaliteten i forhold til smag ,,

Helene Reinbach.



på, at den unge målgruppe har et madforbrug, der er specielt klimavenligt, men Helene Reinbach mener stadig, der er potentiale at finde i den unge målgruppe:

”Baseret på de data vi har indtil nu, som er fra 2013, så virker det ikke som om, at der er meget at hente i forhold til, hvor meget de unge har udviklet sig, men der er sket meget de sidste par år. Det tager noget tid at ændre de her vaner, og jeg tror stadig, at vi vil se, at folk spiser mere kød end kostrådene anbefaler. Men hvis vi havde helt friske tal, så tror jeg, at der er en del unge, der er begyndt at rykke sig”.

De unge er motiverede, men ikke alle kostråd er lige lette at følge

Undersøgelsen af de unges forhold til de nye kostråd er baseret på en online spørgeskemaundersøgelse blandt 174 unge udarbejdet af Camille Louise Næhr, og den viser at de unge overordnet set er motiverede for at følge rådene og finder kostrådene personligt relevante. Noget, Helene Reinbach mener stemmer overens med, at befolkningen generelt gerne vil være med til at gøre en forskel og spise mere klimavenligt.

”Generelt var de unge positive og motiverede for at følge kostrådene, men de unge hæfter sig dog stadigvæk mere ved sundheden end ved klimadelen i forhold til fødevarer,” fortæller hun og fortsætter:

”I forhold til de specifikke kostråd havde målgruppen lettest ved at følge rådet om at drikke vand, hvilket også var det kostråd, der var størst motivation til at følge. Derimod var kostrådet 'Spis mindre kød

De unge i undersøgelsen havde sværest ved kostrådet om at skære ned på kød og spise flere bælgfrugter og mere fisk. Og det er egentlig lidt, hvad vi også havde forventet ”

Helene Reinbach.

– vælg bælgfrugter og fisk', det kostråd, der var den mindste motivation til at følge”.

I undersøgelsen opdeler Camille Louise Næhr de syv officielle kostråd i 15 individuelle kostråd. Det skyldes, at der er flere budskaber i nogle af kostrådene. Den ekstra opdeling giver dermed de unge mulighed for at forholde sig til hvert budskab individuelt. Efter besvarelsen er de 15 individuelle kostråd blevet fordelt på tre grupper. Den første gruppe består af de kostråd, der er lettest at følge, og inkluderer kostrådet 'Sluk tørsten i vand', 'Spis planterigt, varieret og ikke for meget', 'Spis mad med fuldkorn', 'Vælg planteolier og magre mejeriprodukter' og 'Spis flere grøntsager og frugter'. Den næste gruppe består af kostråd, der hverken var lette eller svære at følge og inkluderede 'Spis mindre af det søde, salte og fede', samt 'Spis ikke for meget'. Det sværeste kostråd at følge er ifølge undersøgelsen 'Spis mindre kød – vælg bælgfrugter og fisk'.

”De unge i undersøgelsen havde sværest ved kostrådet om at skære ned på kød og spise flere bælgfrugter og mere fisk. Og det er egentlig lidt, hvad vi også havde forventet. Vores vaner og kultur, hvor kød fylder meget, er altså svært at lave om på. Det har en undersøgelse fra Måltidskulturen i 2019 også vist. Fire ud af fem aftensmåltider indeholder kød, det er vel og mærke det samme som i 2016, så vi er altså stadig dér, hvor kød bare er en stor del af vores kost”, siger Helene Reinbach.

Barriererne for klimavenlig kost

I undersøgelsen svarede de unge, at det især er vaner og manglende inspiration, der gør det svært for dem at følge visse

kostråd. Samtidig er tilgængelighed en vigtig faktor i forhold til at gøre det nemmere for målgruppen at følge kostrådene.

”Vi fandt ud af, at de unge gerne vil spise mere klimavenligt, men i en travl hverdag, så går man måske alligevel bare ind i supermarkedet og tager det hakkede oksekød. Så de har brug for noget inspiration. Det kan jo være en hindring, hvis man har en idé om, at det tager lang tid med bønner, der skal udblødes og koges. Men man behøver ikke bruge 10 timer på at udbløde og koge bønner for at lave lækre ting. Man kunne jo også bare tage bønner på dåse og så lave hummus og alle mulige lækre ting på 5 minutter, så jeg tror simpelthen, der er brug for nogle inspirationstiltag”, fortæller Helene Reinbach.

Samtidig fortæller hun, at de unge er en gruppe, der er meget entusiastiske og gerne vil, men ikke føler at pengepungen er stor nok. Her påpeger hun, at det er vigtigt at promovere, at det godt kan være billigt at spise sundt og klimavenligt.

En sidste barriere som Helene Reinbach nævner er smagen, da man fra tidligere undersøgelser ved, at når der kommer mere klimavenlige produkter, så halter det typisk på smagen:

”Nogle af de plantebaserede mejeri-alternativer lever måske ikke helt op til kvaliteten i forhold til smag. Som et eksempel kan jeg tage denne her alternative yoghurt baseret på et eller andet plantemateriale, som bare er så sur, at du får et helt chok, når du skal spise den. Der har man jo en forventning, og hvis

Generelt var de unge positive og motiverede for at følge kostrådene, men de unge hæfter sig dog stadigvæk mere ved sundheden end ved klimadelen i forhold til fødevarer „

Helene Reinbach.

produktet ikke lever op til forventningen, så køber man det jo ikke igen”.

Indsatser i alle led skal gøre forskellen

Hvis vi skal have unge og danskerne generelt til at spise mere klimavenligt, så kræver det ifølge Helene Reinbach, at vi skal i gang med at etablere partnerskaber, som for eksempel Fødevarepartnerskabet for sundhed og klima, som Mejeriforeningen også er en del af.

”Vi kan jo se på sådan noget som Fuldkornspartnerskabet. De besluttede sig for, at nu skulle danskerne spise mere fuldkorn.

Det var blandt andet Fødevarestyrelsen, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse, der gik sammen. De var jo både i massemedier og offentlige kampagner, og der var kampagner til de unge, med seje sportsfolk, der spiste fuldkorn. Og industrien var faktisk også med og lavede noget brød, og nu er det jo næsten svært at finde et brød på hylden, der ikke har fuldkornsmærket. Sådan en succeshistorie kan vi lære af”.

På samme måde mener Helene Reinbach også, at mejeribruget kan spille en stor rolle og få danskerne til at spise mere klimavenligt. En rolle hun mener, at sektoren i forvejen er godt i gang med at tage i forhold til at få danskerne til at spise sundere. Hun fremhæver, at man blandet andet er godt i gang med at udvikle på nuværende produkter, og eksempelvis arbejder med at sænke fedtprocenten i både fløde og ost. Hun påpeger dog, at der fortsat skal være fokus på smag, før det virkelig vinder frem.

”Inden for forskningen arbejder vi med det, man kalder familiarity versus novelty. Det vi kender, er det familiære, og det er jo typisk det, vi vælger; men vi kan også godt tænde på noget nyt. Altså novelty. Så hvis man kan prøve at udvikle noget, hvor man får en balance mellem det, vi kender, og det der er nyt og spændende, så tror jeg også godt, vi kan få de unge med”.

Om undersøgelsen

Undersøgelsen er udarbejdet af specialestuderende Camille Louise Næhr og er udført i samarbejde med Fødevarestyrelsen og lektor Helene Reinbach på Institut for Fødevarevidenskab ved Københavns Universitet.

Undersøgelsens resultater – rangering af de 18-28 åriges holdning til klimakostrådene



Kostråd, der er lettest at følge

- Sluk tørsten i vand
- Spis planterigt
- Spis varieret og ikke for meget
- Spis mad med fuldkorn
- Spis flere grøntsager og frugter
- Vælg planteolier og magre mejeriprodukter



Kostråd, der hverken var lette eller svære at følge

- Spis mindre af det søde, salte og fede



Kostråd, der er sværest at følge

- Spis mindre kød
- Vælg bælgfrugter og fisk



Sild, rå
9,34
CO₂e pr. kg



Æg, skrabeheøns, rå
0,85 CO₂e pr. kg



Danbo ost, 45+
7,72 CO₂e pr. kg



Dild, rå
0,37
CO₂e pr. kg

Kilde: CONCITO (2021): Den Store Klimadatabase, version 1.

Når klimaet kommer ind i kosten

Klimaet er for alvor kommet på dagsordenen, og det er ikke længere til at komme uden om, at vi som forbrugere er nødt til at spise mere klimavenligt for at kunne opretholde et bæredygtigt samfund. Men hvordan giver vi forbrugerne de bedste redskaber til at kunne følge en kost, der er både bæredygtig og sund?

I 2019 oplevede danskerne dét, som sidenhen er blevet kendt som det første klimavalg i danmarkshistorien, og senere samme år startede arbejdet med at skabe Den Store Klimadatabase, som i starten af 2021 blev lanceret for offentligheden. Her kan man se det gennemsnitlige klimaaftryk for 500 af de mest solgte fødevarer i Danmark på tværs af forskellige produkttyper, lige fra blåbær til biksemad og mælk til medister.

Dem, vi i første omgang henvender os til med Klimadatabasen, er aktørerne inden for foodservice og detailbranchen, som kan bruge den til at oplyse deres kunder om deres måltiders klimaaftryk

Michael Minter.

Bag databasen står den grønne tænketank CONCITO, der med støtte fra Salling Fondene har arbejdet på at give danskerne et konkret og tilgængeligt værktøj til at beregne klimaaftrykket af deres fødevarer på baggrund af konsistente data, der er analyseret og opgjort efter samme metode.

Men selvom målet er at få forbrugerne til at spise mere klimavenligt, så er det ikke dem, der er den primære målgruppe – i hvert fald ikke til at starte med – fortæller Michael Minter, der er programchef for Fremtidens Fødevarer hos CONCITO.

”Dem, vi i første omgang henvender os til med Klimadatabasen, er aktørerne inden for foodservice og detailbranchen, som kan bruge den til at oplyse deres kunder om deres måltiders klimaaftryk. Det kan eksempelvis være ved at opføre klimaaftrykket af den frokostordning, en arbejdsplads har, eller ved at et supermarked laver opskrifter, hvor klimaaftrykket er beregnet og indtænkt fra start. Det ser vi som en effektiv måde, hvor vi kan være med til at påvirke forbrugerne, fordi de får inspiration og en fornemmelse for proportionerne i de forskellige fødevarers klimaaftryk”, fortæller Michael Minter.

CO₂, sundhed og den bæredygtige kost

I databasen opgøres klimaaftrykket i kg CO₂-ækvivalenter målt på 1 kg af den pågældende vare, og man kan som forbruger se hvor i produktionskæden, der er de største klimaaftryk, lige fra landbrug og forarbejdning til emballage, transport og detailhandel. Klimadatabasen er derigennem den mest omfattende af sin art i verden, og i starten af 2021 lancerede

Netto på baggrund af databasen testning i to butikker af en ny klimamærkning af fødevarer, som skal hjælpe forbrugerne med at spise mere klimavenligt. Men når klimaet bliver det overordnede pejlemærke, hvad betyder det så for indholdet af den kost, vi spiser?

”Vi er helt enige i, at der ligger en fælles opgave i at få guidet forbrugerne i en mere klimavenlig retning, men jeg kan være nervøs for, om det sker på bekostning af sundheden, hvis CO₂ målt per kg fødevarer bliver den afgørende målestok. Vi ved eksempelvis fra hollandske studier, at CO₂-udledningen for havredrik er lavere end mælk målt på kg produkt, men omkring tre gange højere, hvis man måler CO₂-aftrykket i forhold til de vigtigste næringsstoffer i fødevarerne. For at en kost skal være bæredygtig, skal den jo ikke kun være klimavenlig, men også opfylde vores sundhedsbehov. Dét kan ende med at ramme især nogle af de udsatte grupper, hvis vi ikke har blik for helheden”, siger Merete Myrup, der er ernæringschef i Mejeriforeningen.

Det er FN's fødevarerorganisation FAO, der i sin rapport Sustainable Healthy Diets oplister økonomisk tilgængelighed, socio-kulturel accept og sundhed som definerende aspekter af den bæredygtige kost, udover at den skal have et lavt klima- og miljøaftryk. Af samme årsag er Klimadatabasen blevet kritiseret for ikke at have medtaget indholdet af næringsstoffer i de enkelte fødevarer, og selvom man hos CONCITO har fuld forståelse for betydningen af ernæringen i en kostsammenhæng, har man bevidst valgt ikke at tilbyde sortering af fødevarerne på næringsindhold i webversionen af klimadatabasen.

Klimadatabasens produktionsfaser for beregning af klimaaftryk



De vigtigste næringsoplysninger er dog oplyst i resultaterne for hver enkelt vare samt i downloadversionen af Klimadatabasen.

”Vi mener ikke, at næringsindholdet altid er en relevant enhed at måle på, fordi mange danskere ikke har problemer med at få nok næring. Vi har jo i forvejen mærker som Nøglehullet eller Dyrevelfærdsmærket, der guider danskerne på andre områder, men ikke for klima. Man skal derfor også se Klimadatabasen som et supplement til den eksisterende viden på området. Her har vi også valgt at fokusere på den gennemsnitlige udledning, så det ikke handler om den præcise udledning for en specifik tomat eller ost, men derimod om at skabe et værktøj, der kan bruges som pejlemærke i den overordnede kostsammensætning”, forklarer Michael Minter.

Hos Mejeriforeningen er man også helt enig i, at danskerne generelt set er godt med, når det kommer til den sunde kost, men Merete Myrup peger dog på, at det ikke er en tilfældighed:

”Ja, det er korrekt, at danskerne ikke mangler næring, hvis man måler på kalorier, men der findes flere grupper, f.eks. de ældre, som får lige i underkanten af, hvad de har brug for af næringsstoffer som vitamin B12, vitamin D og mineralerne jern og calcium. Derudover skal vi også huske på, at grunden til at vi overordnet set er godt forsynet med næringsstoffer i Danmark, jo netop er på grund af den kost, vi spiser. Det er derfor, vi siger, at når vi skal ændre vores kost af hensyn til klimaet, skal vi sikre os, at vi stadig får de næringsstoffer, vi har brug for”, forklarer Merete Myrup.

Bæredygtige benchmark og fælles ansvar

Men hvis Klimadatabasen ikke kan bruges som et grundlag til en mærkning af fødevarer eller beregne klimaaftrykket for danskernes konkrete måltider, kan den så stadig bruges til at hjælpe forbrugerne i en mere bæredygtig retning?

Kost og Ernæringsforbundet har i sin Strategi 2025 anført grøn omstilling som ét af sine fire mærkesager, og vil arbejde

mod at nedbringe CO₂-udledningen fra de offentlige køkkener med 25% inden 2025. Sådan en indsats kræver et datagrundlag for at kunne komme i mål, og det er her, Klimadatabasen kan komme til at spille en stor rolle i at påvirke forbrugerne, mener Michael Minter.

”Her er der jo tale om nogle store beregninger, hvor det ikke vil være muligt at få et 100 procent præcist resultat, men hvor der er brug for at kunne måle omtrentligt på udviklingen af de samlede indkøbs klimaaftryk for at se om man gør fremskridt i forhold til reduktionsmålsætningerne. Det har ikke været muligt før, så der ser vi et stort potentiale i Klimadatabasen. Der er jo ikke nogen tvivl om, at der skal rykkes på mange parametre, for at vi alle ændrer adfærd. Her er oplysning i sig selv ikke nok, der er brug for, at man også politisk og i branchen gør noget, og her er en mulighed for at alle kan begynde at måle på, hvordan det går med omstillingen til mindre klimabelastende måltider”, fortæller Michael Minter.

For at en kost skal være bæredygtig, skal den jo ikke kun være klimavenlig, men også opfylde vores sundhedsbehov. Dét kan ende med at ramme især nogle af de udsatte grupper, hvis vi ikke har blik for helheden ”

Merete Myrup.

At det kræver handling fra flere aktører, er man også i Mejeriforeningen fuldt bevidst om, og med en målsætning om klimaneutralitet i 2050 fylder klima og bæredygtighed i stigende grad i det daglige virke i sektoren. Her arbejder både mælkeproducenter og mejerier med at reducere udledningerne og bringe produktionen i en grønnere retning ved eksempelvis at producere biogas af kørnens gødning eller reducere strøm- og brændstofsforbrug i produktion og transport, forklarer Merete Myrup.

”Klimaforandringerne er jo en realitet, og det betyder også, at det er i alles interesse at bevæge sig i en mere bæredygtig retning. Vi oplever, at den enkelte mælkeproducent har et stort fokus på at gennemgå hele sin produktionskæde og finde de områder, der kan ændres i en mere bæredygtig retning. Ligeledes arbejder man på mejerierne på hele tiden at optimere produktionen, så man bruger mindre energi og fra grønnere kilder. Det er med andre ord alle led fra foder til forbruger, og vi forventer kun at se initiativerne vokse i omfang”.

Klima-databasen

- Er udviklet af CONCITO i samarbejde med 2.-0 LCA Consultants og med støtte fra Salling Fondene.
- Viser CO₂e-aftrykket for 500 af de mest solgte fødevarer i Danmark som gennemsnit af varerne inden for kategorien opgjort på blandt andet landbrug, forarbejdning, transport, emballage og detailhandel. Derudover kan man også se måleenheden ILUC, Indirect Land-Use Change, som omfatter den indirekte arealpåvirkning af produktionen.
- De enkelte varer er udregnet ud fra en konsekvens-tilgang, hvilket kort sagt betyder, at Klimadatabasen er fremadskuende, og kan vise den fremadrettede konsekvens af et forbrug i form af aftrykket for den næste vare i kategorien i stedet for den konkrete i køledisken. Klimadatabasen adskiller sig dermed metodisk fra den normative tilgang, som man i EU har besluttet at anvende i PEF-standarderne, hvor det specifikke produkts klimaaftryk beregnes med en systemafgrænsning.
- Er et dynamisk værktøj, der vil blive udviklet og opdateret på grundlag af eksempelvis brugernes erfaringer og behov samt nye data om fødevarers klimaaftryk.
- Henvender sig primært til aktører inden for foodservice, detailbranchen og fødevarerektoren, men man kan også i f.eks. undervisningsøjemed eller som almindelig forbruger besøge og navigere rundt i resultaterne.



Netto vil rykke forbrugerne med klimamærkning

I Salling Groups discountkæde Netto har man siden april testet koncernens egen klimamærkning ved navn Skyen. Klimamærket er baseret på CONCITOs Den Store Klimadatabase og skal være med til nuancere kundernes valg.

180 varenumre har siden april haft et blå mærkat, der signalerer, at disse varer er klimavenlige. Det skyldes, at Netto i to butikker tester deres eget klimamærke kaldet Skyen. Skyen er Nettos forsøg på at bringe viden om, hvilke varer der er mere klimavenlige ud til kunden i købsituationen. For Michael Løve, der er Executive Vice President i Netto, er et klimamærke en mulighed for at flytte på

vores klimabelastning ved at stille kendt viden til rådighed for kunderne:

”Der eksisterer efterhånden relativt meget viden om, hvor stor en forskel der er på forskellige varers klimaaftryk. Jeg tror, at hvis kunderne rent faktisk skal kunne bruge den viden til noget, så er du nødt til at have den i spil ude ved hyldekanten, der hvor man står og træffer valget. Ellers så tror jeg simpelthen ikke, det får nogen indflydelse”.

Ud af den gennemsnitlige danskers udledning stammer ca. 25 procent fra den mad, vi spiser, og derfor er området også et oplagt sted at gribe ind:

”Det er en relativt stor andel af det, som almindelige danskere belaster klimaet med, som kommer fra dine fødevarer, og jeg tør godt påstå, at uden at lide nogen former for nød, så kan du godt barbære noget af det af ved at være mere bevidst om dine valg. Der er mange ting, vi er nødt til at gøre for at redde klimaet, som har ret store konsekvenser og dette her er ikke en af dem”.

Det virker også til, at kunderne i de to butikker er enige med Michael Løve. Netto har spurgt 500 kunder i de to testbutikker, hvad de generelt synes om klimamærkning. Her svarede 86 procent af kunderne, at det er en god ide.

Sådan fungerer Skyen

Netto har, med deres klimamærkning Skyen, valgt at inddele varerne i produkt-kategorier, for at skabe nogle reelle valg som kunden kan vælge mellem i købsituationen.

”Det er jo ikke et alternativ til en oksesteg, at man tager en agurk. Det er to forskellige behov, ergo er de ikke i samme kategori, så vi har valgt at sige, at inden for en kategori, der klimamærker vi de varer, der er mindst 25 procent bedre end gennemsnittet”, siger Michael Løve.

Kategorier som for eksempel slik, sodavand og vin har ikke fået et klimamærke, da disse kategorier ifølge Michael Løve er nydelseskategorier, som vi fint kan leve uden. Derfor giver det ifølge ham ikke mening i en klimasammenhæng at fremhæve dem:

”For at gøre det enkelt, så har vi sagt, at vi klimamærker kun de samme kategorier, hvor Nøglehullet også anvendes, for ikke at komme i en konflikt mellem, hvad der er sundt, og hvad der er godt for klimaet”.

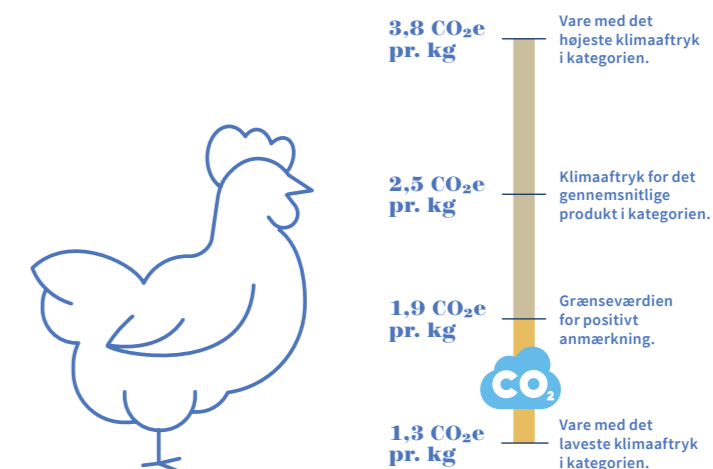
Brug for flere varer og mere dybde

Selvom Michael Løve synes, at det er oplagt med klimamærkning, og kunderne også har taget flot imod ideen, så har testen også vist en række udfordringer ved initiativet. En af udfordringerne skyldes, at Skyen er baseret på klimaaftrykket fra de 500 mest gængse fødevarer i Danmark.

”Det er klart, vi har jo mere end 500 varer i vores sortiment. Derfor er en klimadatabase på 500 varer jo ikke nok, hvis du vil lave et dækkende bud på et klimamærke i et almindeligt supermarked. Der skal databasen simpelthen gøres væsentligt større”, siger Michael Løve.

En anden udfordring Skyen står overfor, er databasens dybde. Varernes klimaaftryk

Beregning for mærkning af varer inden for kategorien ”Fjerkræ”



Vores ærinde er ikke at sige, lad være med at spise ost. Vores ønske er, at vi giver kunden mulighed for at vælge de mest klimavenlige varianter og nogle gange også alternativer ,,

Michael Love.

er baseret på gennemsnitsbetragtninger, hvilket betyder, at en agurks klimaaftryk er baseret på, at nogle agurker er produceret i Danmark, andre i Spanien, og at årstiderne også har en betydning. Alle de variabler bliver der taget et gennemsnit af, som i sidste ende afgør agurkens klimaaftryk.

”Vi kan jo ikke fortælle kunden: i den her uge har varen et klimamærke, men i forrige uge havde den ikke, fordi der kom den fra et andet sted. Den nuancering har vi ikke i

databasen”, siger Michael Løve, men han mener også, det kan være et svært problem at løse:

”Hvis man skal have alle parametre med inden for varens produktion, som hvornår det er produceret? Hvor det er produceret? Var det i drivhus? Hvor kom energien til drivhuset fra? Så er der ingen ende på, hvilke nuancer du kan knytte til varen. Jeg tror ikke, at vi skal fortabe os i for mange detaljer, for det gør det uoverskueligt for kunderne”.

Nuancer i kundens valg

Michael Løve ved godt, at idéen om klimamærkning kan møde modstand blandt producenterne, men han mener også, at det for blandt andet mejeribrugget er relevant med retvisende information til kunderne:

”Faktisk er der en del mejeriprodukter, der får en sky. Inden for mælk mener jeg kun, det er sødmælk, der ikke har en sky, og så har alle plantevarianterne en sky på nær mandeldrik. Så med Skyen får man fremhævet, at mandeldrik faktisk er værre for klimaet, end hvis du drak skummetmælk produceret i Danmark. Så på den måde synes jeg, at der kommer nogle nuancer ind i kundens valg, som er fornuftige”.

”Vores ærinde er ikke at sige, lad være med at spise ost. Vores ønske er, at vi giver kunden mulighed for at vælge de mest klimavenlige varianter og nogle gange også alternativer. Jeg tror, at hvis vi bare kørte vores ordning ud, som den er i dag, med de mangler databasen har, så tror jeg ikke mælkeproducenterne ville være dårligt stillet, men de ville formentlig se et skift i, hvilke varer der er mere populære”.



Nettos klimamærkning hedder Skyen og er baseret på CONCITOs Den Store Klimadatabase, som viser det gennemsnitlige klimaaftryk fra 500 almindelige fødevarer og drikkevarer på det danske marked (målt per kg vare).

De 500 fødevarer er delt ind i 10 kategorier: Frugt & Grønt, Pålæg, Ost, Grisekød, Fjerkræ, Fisk & Skaldyr, Færdigretter, Mejeri, Nødder, Frø & Kerner. For hver kategori er der udregnet et klimaaftryk for det gennemsnitlige produkt i kategorien. For kategorien 'Fjerkræ' er det 2,5 kg CO₂ per kg produkt. For at en vare anmærkes positivt med klimaskyen, skal varen have et klimaaftryk, som er mindst 25% bedre end gennemsnittet i sin kategori.

Herudover har Netto markeret de produkter, som har det laveste klimaaftryk i hele butikken. Det er primært frugt og grønt.

Hvis en vare inden for ovenstående kategorier ikke har et Skyen-mærke, er det som udgangspunkt fordi, varen ikke møder mærkningens kriterier. Samtidig er kategorier med et højt klimaaftryk, hvor produkterne i gennemsnit udleder mere end 10 kg CO₂ per kg produkt, ikke anmærket. Dette betyder eksempelvis, at oksekødsprodukter er udeladt.

Smagen som drivkraft for transitionen til mere bæredygtige kostvaner

Regeringens nye kostråd fokuserer som noget nyt på, hvordan vi kan spise mere klimavenligt, udover at spise sundt. De er det sidste skud på stammen af råd, der fortæller os, at vi skal spise mere grønt og mindre kød. Alligevel kniber det for danskerne at spise mere grønt. For professor i gastrofysik Ole G. Mouritsen er ”the missing link” smagen og vores biologi – hvis vi skal lykkes med at lave en samfundsmæssig transition mod en mere bæredygtig kost, bliver vi nødt til at sætte smagen i centrum.



Klimakostrådene er ifølge Ole G. Mouritsen, professor i gastrofysik og kulinarisk fødevarerinnovation på KU Food, et tegn på, at der er en voksende forståelse af, at vores fødevarerforbrug har en negativ indvirkning på klimaet, og at der skal gøres noget. Men selvom han ser rådene som en fin rettesnor, tror han ikke, at de nye klimakostråd kan stå alene:

”Klimakostrådene kommer ikke til at flytte noget. Vi ved allerede, at vi skal spise mere grønt og mindre kød. Før var det for sundheden, og der fulgte vi dem ikke. Når vi ikke har gjort det for vores egen sundheds skyld, tror jeg ikke, vi kommer til at gøre det for klimaets skyld, da det kan virke mere fjernet for os”.

Han ser imidlertid et klart behov for at handle, for vi står med en essentiel udfordring hvor 9,8 mia. mennesker skal have sund, nærende og bæredygtig mad i 2050, samtidig med at vores nuværende fødevarerforbrug sætter klimaet under pres.

Planternes og vores egen biologi som showstopper

Men hvorfor ændrer vi ikke bare vores kost og spiser mere grønt og mindre kød, som diverse råd og kampagner har fortalt os i årevis? Ole G. Mouritsen mener, at svaret skal findes i vores egen såvel som i planternes biologi: der er nemlig helt overordnet set to grundsmage, som typisk mangler hos planter, men som vi mennesker søger universelt: umami og sødt. Det hænger sammen med vores evolutionære udvikling,

hvor vi historisk har søgt disse smage, fordi de var et tegn på mad, der gav os energi og næringsstoffer til at overleve.

Umami-smagen findes blandt andet i kød. Kød består af muskler med nukleinsyrer og proteiner, hvis nedbrydningsprodukter i maden er med til at give umami-smagen. Vi søger umami-smagen, fordi den er et signal til os om, at fødevarer indeholder protein – og protein skal vi bruge til energi og opbygning af blandt andet vores egne muskler. Umami findes dog også i f.eks. modne oste, fisk og skaldyr, og i ikke-animalske, grønne kilder som f.eks. svampe, tang og tomater.

Endvidere har vi historisk været tiltrukket af sødt, fordi vi havde brug for kalorier for at få energi, og selvom vi i dag får for meget sødt, er det stadigvæk en af de smage, kroppen søger. Samtidig er langt de fleste planter biologisk karakteriseret ved hverken at have umami eller sødt. Det skyldes, at sukre, som giver sødt, og aminosyrer, som giver umami, er bundet i henholdsvis kulhydrater og proteiner, som ingen smag har. Da planter heller ikke har muskler, indeholder de kun få nukleinsyrer.

”Desuden beskytter planterne fra naturens side sig selv mod at blive spist, og har derfor udviklet bitre smage, som vi ikke synes om”, forklarer Ole G. Mouritsen.

Der er altså ifølge Ole G. Mouritsen nogle biologiske faktorer, der gør, at det for

Desuden beskytter planterne fra naturens side sig selv mod at blive spist, og har derfor udviklet bitre smage, som vi ikke synes om 99

Ole G. Mouritsen.

mennesker er udfordrende at spise mere grønt. Han møder ofte argumentet om, at smag er individuelt, og at man ikke kan generalisere. Han medgiver, at der er individuelle præferencer, og at der selvfølgelig er folk, der ikke kan lide sødt eller umami, ligesom der er folk, der elsker kun at spise grønt. Ikke desto mindre mener han at:

”De to grundsmage sødt og umami er i det store billede eftertragtet af os mennesker på tværs af tradition, etnicitet, kultur mv. grundet vores fælles biologiske udvikling. Det er et meget overset faktum, men heri ligger nøglen til at få os til at spise mere grønt – når vi først har forstået det, bliver det faktisk ret nemt at spise grønt”.

Umami – den oversete nøgle til det grønne

Smagen skal altså i højsædet, hvis vi for alvor skal lykkes med at lave transitionen til en mere grøn kost. Ole G. Mouritsen peger på to farbare veje:

1. Vi kan enten spise det grønne sammen med noget andet, der har sødme og umami. Her tilføjes umami i små mængder, som en form for krydderi. Det kan f.eks. være ved, at man tilsætter lidt ost, bacon, fiskesauce, æg eller lignende til en grøn salat eller en grøntsagsret.
2. Eller vi kan udløse planternes iboende potentiale for umami og sødt, f.eks. via metoder som fermentering, hvor man frigiver den indbyggede smag i planternes proteiner og kulhydrater. Et eksempel er sojabønner, som kan fermenteres til sojasauce og miso, som har meget umami.

Kernen i denne tilgang er, at umami bliver et lille, men vigtigt supplement til det grønne. Når man kun spiser grønt, er smagen for mange mennesker nemlig ikke, som man forventer af et måltid. De fleste er vant til, at et måltid har umami for at man kan blive ordentligt mæt, så det er en hindring – hvis altså ikke man tilsætter lidt umami. Samtidig er der i Danmark tradition for, at kød er omdrejningspunktet i måltidet. Så det kræver også livtag med den vane, hvor umami i stedet bliver et lille, men vigtigt supplement i stedet for grunddelen af måltidet.

En af de måder, vi kan få de grønne kostvaner helt ud på de danske spiseborde, er ifølge Ole G. Mouritsen at indføre en smagshylde i køkkenet, ligesom vi har en krydderihylde, så vi kan lave en masse små ”umami-hacks” af vores grønne mad. En smagshylde kan f.eks. bestå af tangpulver, svampe, ost, bacon, hvidløg, mayonnaise, for at nævne nogle få smagsingredienser.

Ole G. Mouritsen ser denne fleksitariske tilgang, hvor man tilføjer umami i mindre mængder fra animalske kilder som en løsning, som mange flere kan se sig selv i. Hvis det for alvor skal batte i klimaregnskabet, er det netop vigtigt, at flertallet af os laver transitionen til en grønnere kost. Det vil have langt større effekt, end hvis kun et fåtal bliver vegetarer og veganere. Og han understreger, at det er vigtigt, at vi ikke slår os selv i hovedet over, at vi ikke spiser vegetarisk eller vegansk, idet der altså er gode grunde til, at vi søger umami-smagen.

Mejeribruget centralt i transitionen mod grønnere kostvaner

På den længere bane ser Ole G. Mouritsen en række spændende perspektiver, som kan være med til at skubbe yderligere på transitionen til en grønnere kost for os alle.

Han peger blandt andet på mejeribruget som værende en vigtig aktør i transitionen til en grønnere kost. Sektoren skal selv minimere sit klimaaftryk, men er på samme tid en vigtig del af løsningen, idet lagrede modne mejeriprodukter som f.eks. høj kvalitets oste indeholder meget umami og dermed kan hjælpe folk til at spise mere grønt. Andre mejeriprodukter har f.eks. cremet konsistens, som giver en god sensorisk mundfølelse, der også kan gøre det grønne mere attraktivt. Han ser klart, at det er en agenda, som mejerisektoren kan fokusere mere på.

Helt generelt understreger Ole G. Mouritsen vigtigheden af, at vi bliver ved med at forske i fremtidens fødevarer. For mange af fremtidens fødevarer ved vi endnu ikke, hvad er. Et eksempel på dette er fødevarer, som er lavet af sidestrømme, som er en voksende trend. Det ser man blandt andet i bryggerisektoren, hvor man begynder at bruge mask, et affaldsprodukt fra ølproduktion, til at lave fødevarer til mennesker. Det er den slags forskning og innovation, der er afgørende, hvis vi skal løfte udfordringen med at sikre sunde, nærende og klimavenlige fødevarer til en voksende global befolkning.

Smagsløgenes placering på tungen



Sødt



Bitter



Surt

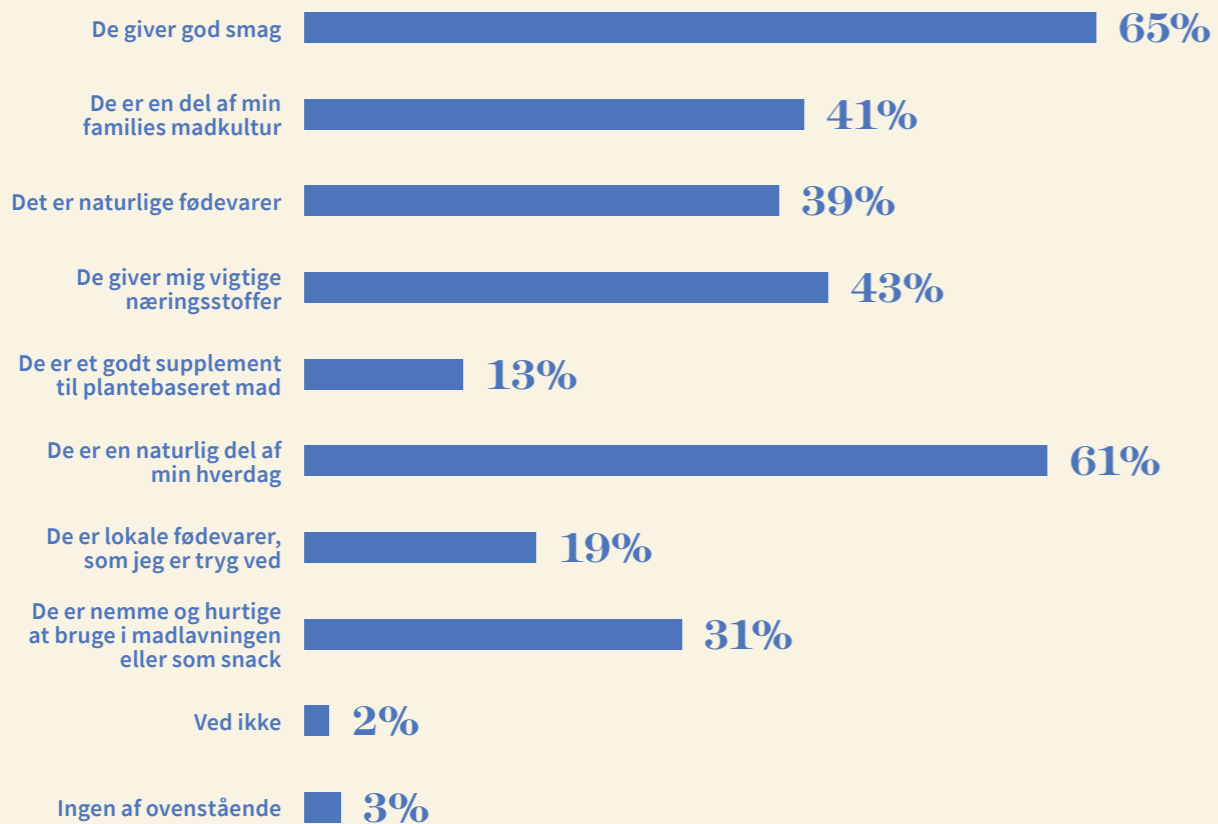


Salt



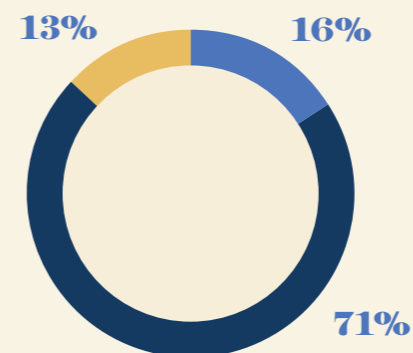
Umami

Hvorfor spiser du mejeriprodukter? Vælg gerne flere

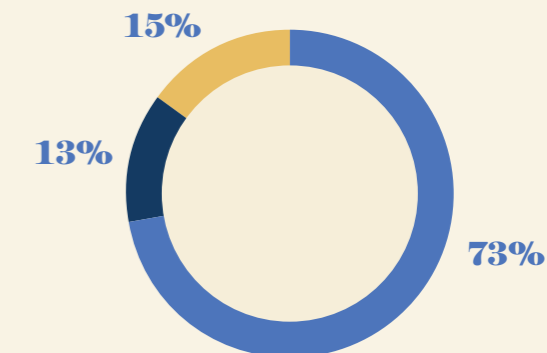


■ Ja
■ Nej
■ Ved ikke

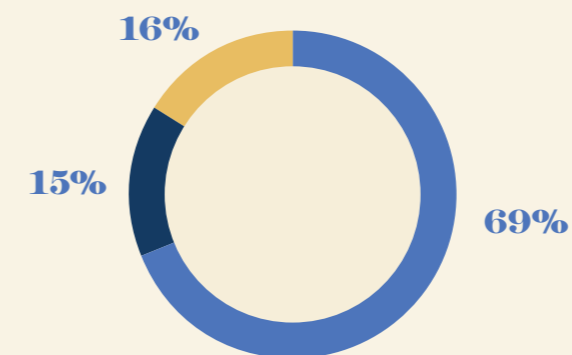
Er du enig i, at hvis en kost for alvor skal være bæredygtig, skal den være vegansk?



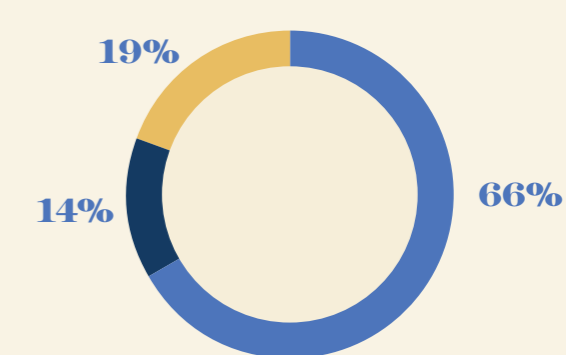
Er du enig i, at det er okay at spise mejeriprodukter hver dag?



Er du enig i, at mejeriprodukter har en plads i en bæredygtig kost, fordi de giver maden velsmag?



Er du enig i, at uden mejeriprodukter ville en plantebaseret kost blive for kedelig?





Levende land- distrikter

Der er stigende fokus på, hvordan vi skaber en bedre balance mellem land og by og bedre vilkår for vækst og udvikling i landdistrikterne. Det er der god grund til, for flere af landdistrikterne halter efter resten af landet på parametre som økonomisk vækst, BNP per indbygger, antal beskæftigede mv. Det har ført til, at regeringen i maj i år lancerede et nyt udspil med en række initiativer, der har til formål at sikre bedre sammenhæng fra kyst til kyst. Men hvad kræver det egentlig at skabe en bæredygtig udvikling på landet – både socialt, økonomisk og miljømæssigt? Hvordan spiller den grønne omstilling og FN's verdensmål for bæredygtig udvikling ind på landdistrikternes fremtid? Og hvordan kan mejeribruget som en central spiller på landet bidrage til en bæredygtig udvikling i landdistrikterne – ikke mindst de unge, kommende mælkeproducenter?



Udvikling i landdistrikterne og mejeribrugets rolle

Over de sidste 20 år er der sket et generelt demografisk skift i Danmark, hvor landdistrikter er blevet affolket, og byerne har fået flere indbyggere. Men hvordan er synet på landdistrikterne i dag, og hvilken rolle kan mejeribrugets spille for at bidrage til udviklingen i landdistrikterne?

Pia Heike Johansen, lektor på Center for Landdistriktsforskning ved Syddansk Universitet, forsker i livskvalitet på landet og har de sidste 20 år arbejdet med landdistriktsforskning med fokus på landet. Hun har særligt fokuseret på hvilken viden, interesser og hverdagsliv, der er på landet, og hvordan disse fører til forskellige

former for udvikling af for eksempel fællesskaber, arbejdspladser eller uddannelse.

Ifølge Pia Heike Johansen var en række uddannelsesreformer op gennem 00'erne medvirkende til, at mange unge var nødt til at forlade landdistrikterne og i stedet flyttede ind til storbyerne:

”Vi skulle være et videnssamfund, og det betød, at rigtig mange skulle have en længerevarende uddannelse, og samtidig centraliserede man også alle uddannelsesinstitutionerne. Den centralisering foregik på alle uddannelsesniveauer, hvor de tidligere kunne gå på seminarier eller på

Hvis du ser på kunstnere og kreative tænkere, så flytter de ud på landet, når de skal skabe ideer eller bare tænke sig om. De skal væk fra alt det, der er mainstream, og når de så gerne vil ud med ideerne og have dem spredt, så rykker de ind til byen, fordi der bliver det spredt enormt hurtigt ,,

Pia Heike Johansen.

sygeplejeskolen 15 km væk, så måtte de nu rykke ind til den store by. Samtidig bliver sygehusene centraliseret, så du kunne også kun komme i praktik i storbyerne”, forklarer Pia Heike Johansen

Disse ting lagt sammen betød, at unge flyttede til byerne, og blev der i lang tid, fordi der i øvrigt også kom en finanskrise, som gjorde, at de ikke kunne sælge deres lejligheder.

Det sociale liv i landsbyerne bliver ramt hårdt

I samme periode kom kommunalreformen, og den betød, at hvor lokalsamfundene før tænkte i netværk mellem hinanden, så begyndte kommunerne, ligesom i tilfældet med uddannelsesreformen, at tænke centralistisk, hvilket betød, at lokale samfundsinstitutioner blev samlet i såkaldte centerbyer, hvor man lægger kommunale institutioner, hvis service rækker udover byens egne borgere.

”Pludselig begyndte lokalsamfundene at bekæmpe hinanden, ikke kun på fodboldbanen, men også i forhold til hvem der skulle have butikkerne, plejecentrene, skolerne og så videre”, forklarer Pia Heike Johansen.

Disse kampe opstod ikke uden grund. De ombejlede samfundsinstitutioner var vigtige for det sociale liv i landdistrikterne. Et liv som var knyttet til, at man mødtes hos købmændene, i sportsklubben eller sågar i bussen. Disse steder var i landsbyerne naturlige mødesteder, og gennem dem havde beboerne en oplevelse af fælleskab og samhørighed.

”Rigtig mange af mødestederne lukkede jo ned, så det betød for mange, at det blev sværere at opretholde en eller anden form for socialt liv. Det blev sværere og sværere, fordi man ikke rigtig mødtes mere, og i stedet sad folk bare i en bil og pendlede frem og tilbage. Så idéen om at man hører til et sted, fordi alle kender hinanden og ved, hvad der foregår, forsvandt”, forklarer Pia Heike Johansen.

Et nyt syn på landdistrikterne

Landdistrikterne gennemgik i en lang periode en negativ udvikling, hvor landsbyerne mistede både befolkning og lokale institutioner. Denne udvikling afspejlede sig også i den måde, områderne blev omtalt. Der opstod en meget negativ diskurs, og landdistrikterne fik navne som ’rådne banan’ og ’udkantsdanmark’.

I stedet for udelukkende at fokusere på de negative tendenser, der har været i landdistrikterne, forklarer Pia Heike Johansen, at vi bør tale om, hvilke kvaliteter der i byerne, og hvilke der er i landdistrikterne. Hun ser dog, at der en opblødning på vej:

”Det har virket ret stivnet i en meget lang periode, men der er en opblødning i gang, hvor man nu ser, at unge begynder at flytte ud. Så hvis man skal snakke om en balance mellem land og by, så handler det vel om, at man har et mere differentieret blik på, hvornår det er smart at bo i en by, og hvornår det er smart at bo på landet”.

Et eksempel på, hvornår det er smart at være på landet og smart at være i byen, kan findes inden for innovation og udvikling af ideer. Der er, ifølge Pia Heike Johansen, en misforståelse omkring, hvor i samfundet

udviklingen foregår. Som udgangspunkt opstår nye tanker, nye inspirationer og kreativitet i en landmæssig sammenhæng, men landet kan ikke selv sprede de ideer, der opstår. Her skal landet ind til byerne, hvor alle hurtigt ligner hinanden samtidig med, at de vil være forskellige; en kombination der giver basis for en meget hurtig spredning af innovationer og nye strømninger.

”Hvis du ser på kunstnere og kreative tænkere, så flytter de ud på landet, når de skal skabe ideer eller bare tænke sig om. De skal væk fra alt, der er mainstream, og når de så gerne vil ud med ideerne og have dem spredt, så rykker de ind til byen, fordi der bliver det spredt enormt hurtigt”, forklarer Pia Heike Johansen.

Et andet eksempel på en positiv udvikling i landdistrikterne er, at der nu er politiske udmeldinger, der peger på en samlet national landdistriktspolitik, noget Danmark som et af få lande i Europa ikke tidligere har haft. I stedet har landdistrikter været kommunal- og sognepolitik, og der har ikke været nogen nationale ambitioner på området.

Mejeribrugets rolle i en positiv udvikling af landdistrikterne

Der er altså fremskridt at spore i landdistrikterne, men hvordan kan mejerisektoren bakke op om denne positive udvikling i landdistrikterne?

Pia Heike Johansen fremhæver, at mejerisektoren har flere muligheder for at støtte op om en positiv udvikling. En mulighed for mejerisektoren kunne være at sprede udviklingsafdelinger og lagre ud i flere

områder, og dermed potentielt spare på udledningen i forbindelse med transporten. Samtidig vil en spredning af virksomhedernes afdelinger også betyde, at man skaber arbejdspladser og lærepladser i flere områder.

Hun anbefaler også, at mejerierne fremhæver og sælger de landdistrikter de bor i til både turister og potentielle tilflyttere, på samme måde som man ser med vin i Sydeuropa eller mikrobryggerierne herhjemme. Det kan gøres ved blandt andet at fremdyrke de kvaliteter og nuancer, som stederne tilbyder. Noget nogle mejerier i forvejen er gode til.



Det er et ansvar, som ligger vores ejere, altså andelshaverne, meget på sinde, at vi selvfølgelig bakker op om det lokale. Vi føler ligesom, at det er vores bagland og det vil vi gerne have til at fungere ☺☺

Torben Aarris.

Them Andelsmejeri vægter kvalitet og lokal forankring

Blot 10 kilometer syd for Silkeborg i et af Danmarks naturrigeste områder med nogle af landets reneste indsøer og vidtstrakte hedearealer finder man byen Them med sine 2.300 indbyggere.

Inde i Them ligger Them Andelsmejeri, og der har det ligget siden 1888. I dag er Torben Aarris CEO på mejeriet, og han ved godt, at den naturskønne placering er helt unik, og den betyder ikke blot noget for ham, men også for mejeriet og andelshaverne:

”Them er en by og et område, som er beliggende helt utroligt idyllisk. Hele den smukke natur, der er omkring os, og Søhøjlandet præger i høj grad vores opland og

ophav. Både i form af en stolthed over de områder, men mange af vores gårde er også beliggende med udsigt ud over nogle områder, som man næsten ikke tror findes i Danmark. Ja, Jeg gjorde ikke, før jeg kom hertil”.

Selve byen Them beskriver Torben Aarris som en lille selvstændig landsby udenfor Silkeborg, som er stor nok til at have sit eget lokale foreningsliv og byliv med skole og svømmehal. Så stor nok til at have sit eget selvstændige virke, men selvfølgelig stadig lillebror til Silkeborg.

Med årene er byen vokset videre rundt uden om mejeriets hjerte, og mejeriet er i dag en integreret del af landsbyen.

Vores rolle er jo selvfølgelig nok først og fremmest at være en lokal arbejdsplads for mange. Enten i form af de cirka 100 medarbejdere vi har på månedlig basis, men også indirekte for vi gør i høj grad brug af lokale leverandører, som kunne være lokale håndværkere, tømrere og så videre”

Torben Aarris.

”Vores rolle er jo selvfølgelig nok først og fremmest at være en lokal arbejdsplads for mange. Enten i form af de cirka 100 medarbejdere vi har på månedlig basis, men også indirekte for vi gør i høj grad brug af lokale leverandører, som kunne være lokale håndværkere, tømrere og så videre”, fortæller Torben Aarris.

Mange af de 100 medarbejdere bor i lokalområdet, og de 13 andelshavere ligger alle inden for en radius af 25 kilometer fra mejeriet, og to af de lidt større gårde ligger inden for to til tre kilometer fra mejeriet. Mange af gårdene er gået i arv fra generation til generation. Enkelte har endda været tilknyttet mejeriet, siden det blev grundlagt i 1888. Det er altså et meget lokalt forankret mejeri.

Føler et ansvar for den lokale udvikling

Forankringen i lokalområdet er også noget, der betyder meget for mejeriet og andelshaverne. Derfor støtter de også en række sociale aktiviteter i byen som for eksempel sponsorater til den lokale svømmehal og den lokale sportsforening Them GF, men også byens museum bliver støttet.

”Det er et ansvar, som ligger vores ejere, altså andelshaverne, meget på sinde, at vi selvfølgelig bakker op om det lokale. Vi føler, at det er vores bagland og det vil vi gerne have til at fungere”, siger Torben Aarris.

Mejeriet har også en butik i byen, som sælger mejeriets specialiteter, og det er derfor et sted, hvor mange lokale har deres gang og kommer ganske ofte. Noget Torben Aarris mener, kan være med til at skabe noget liv i byen:

”Det er jo blandt andet et socialt punkt, vi skaber med butikken, og det giver noget liv og nogle shoppemuligheder, hvor man jo ofte ser, at mange af de her mindre landsbyer lukker flere og flere butikker, fordi de har svært ved at klare konkurrencen fra internettet eller fra butikker i de større byer”.

Them Andelsmejeri er også et brand, som er ganske kendt i detailhandelen og specialhandel inden for ost rundt omkring i Danmark, og derfor føler Torben Aarris også, at Them Andelsmejeri er en repræsentant for lokalområdet ude i landet.

Generelt betyder det meget for mejeriet, at de bliver betragtet som en god nabo. For de ved godt, at de som et mejeri, der ligger inde i byen, potentielt kan forårsage nogle gener for byens beboere.

”Det er mit indtryk, at man er stolt af at have virksomheden i Them og glad for, at virksomheden er til, og det er egentlig mit indtryk, at de gener, vi forårsager, er overkommelige, og at vi ved fælles hjælp lykkedes med at holde et godt naboskab og gøre det attraktivt, at der ligger nogle arbejdspladser inde i byen – i stedet for at alting flytter ud ved siden af motorvejen”, siger Torben Aarris.

Jordnære udskiftninger og klimaplaner

Nogle af mejeriets investeringer gavner ikke blot det lokale byliv og produktionen, de er tilmed også bæredygtige. Det gælder blandt andet en investering i et anlæg, der koncentrerer mejeriets valle.

”Det har betydet, at hvor vi før havde otte store lastbiler, der kommer ind om dagen for at hente valle, der har vi nu maks. to, og vi laver den samme mængde. Det er jo væsentlig mindre tung trafik ind omkring mejeriet. Så det er egentlig bare et godt eksempel på, hvordan godt naboskab og bæredygtighed går op i en højere enhed. For vi undgår også en masse transport, og det vand vi filtrerer fra med sådan et anlæg, har vi mulighed for at genbruge i vores produktion til vask og andet i stedet for, at det bare går tabt”, fortæller Torben Aarris.

Han påpeger dog, at mejeriet ikke kun arbejder med jordnære udskiftninger af produktionsanlæg. De arbejder også på en samlet klimahandlingsplan på tværs af mejeriet og alle gårdene, der skal samle deres indsats omkring bæredygtighed og klima på længere sigt.

Mens Torben Aarris er sikker på, at mejeriet og andelshaverne også ville have fokus på klima og bæredygtighed, hvis de lå et andet sted i verden, så erkender han også, at placeringen i de naturskønne omgivelser også har en effekt på arbejdet:

”Det gør det måske bare lige lidt nemmere som landmand og som mejeri at sætte sig ind i årsagen til, at man arbejder hårdt med nogle ting, som vi godt ved til tider kan være en lidt svær nød at knække”.

Balancen mellem social og bæredygtig ansvarlighed og økonomisk fremgang

Hos Them Andelsmejeri har de nogle principper, der er med til at sikre en bæredygtig økonomisk vækst. Blandt andet har de

nogle klare investeringsmæssige retningslinjer, der betyder, at hvis de kan se en bæredygtig investering i klima eller energi, så er de internt forpligtet til at gennemføre den. Samtidig holder de meget på, at der ikke opstår industriproduktion for masseproduktionens skyld.

”Vi holder meget kraftigt fast i vores håndværk og vores kvalitet, og det er vigtigt for os, at vi laver noget, vi kan stå inde for. Det gælder både i kvalitet og håndværk. Det kan til tider godt afspejle sig i prisen, og det tror jeg måske er med til at skabe den her balance”, siger Torben Aarris og fortsætter:

”Vi har en masse ønsker for fremtiden, men det er ikke at blive store for enhver pris. Vi vil gerne levere flere af vores gode varer, men vi kommer ikke til at ønske at gå på kompromis med nogle af de principper, vi har omkring kvalitet og håndværk. For det er en del af vores DNA, og det er det man køber ind i, når man køber vores varer, og det ønsker vi ikke at lave om på”.

En fremtid med grønne regnskaber

Selvom der altså ikke er planer om masseproduktion af oste i Them, så har Torben Aarris dog stadig planer om at udvikle forretningen:

”Vores fremtidsplaner er, at vi bliver ved med at have fokus på god kvalitet, godt håndværk, den gode smag og udvikling af spændende nye produkter inden for ost. Vi ønsker dog at få mere af det ud til danskerne, men også ud i verden. Som det er i dag, er vi primært orienteret mod det danske marked, og vi ser gerne, at vi

sælger flere af vores produkter på eksportmarkederne også”.

Han har dog også øje for, at der er behov for at kigge på andre regnskaber end det økonomiske i fremtiden. I Them vil de skulle sætte højere krav til dem selv inden for energi og ressourcer i al almindelighed, og det bliver nødvendigt at lave et bæredygtighedsregnskab ved siden af det økonomiske, samt nogle klare mål for, hvor de skal være på området om et, to og ti år.

Det mener han faktisk kommer til at fylde meget de næste år for alle i landbruget og mejeribrugtet:

”Vi har jo vores ansvar og vores indsats nøjagtig lige så vel som alle andre har deres. Og jeg tror, vi kan vise, at vi kan rykke os rigtig meget. Det kræver selvfølgelig noget tid og noget hårdt arbejde. Men det kræver også fokus og det fokus, det oplever jeg i hvert fald hos os, og jeg tror kun, det fokus vil blive skærpet endnu mere”, siger han og fortsætter:

”Så kan man sige, jamen vi er jo bare en vigtig del af kosten og forbrugernes hverdag og så videre, men det handler også om, at vi kan tilfredsstille det behov og det ønske, der er blandt flere forbrugere om, at vi gør noget. Det gælder alle ikke kun mejerier og landbrug, men også transportsektoren og den offentlige sektor i almindelighed. Vi skal alle sammen bidrage”.

Når affald bliver til grønt guld

I oktober 2021 åbner Arla Food Ingredients et nyt innovationscenter i Videbæk i Ringkøbing-Skjern Kommune, hvor virksomheden i årevis har leveret stadig større mængder funktionelle ingredienser baseret på valleprotein, der tidligere blev set som et affaldsprodukt, til et globalt marked. Læs om den vestjyske vallesucces, hvad den har betydet for lokalområdet, og hvad fremtiden har i vente.

Da det daværende Danmark Protein (nu Arla Food Ingredients) tilbage i 1980'erne begyndte at udvikle brugen af valleprotein, var det nok de færreste, der havde forestillet sig, at det få årtier senere ville være et område i rivende

Man kan sige, at vi udspringer af at være bæredygtige, i og med at vi arbejder med at udvikle noget, der før var et affaldsprodukt ”

Niels Østergaard.

vækst. Det er dog ikke desto mindre den udvikling, der har fundet sted i Videbæk, hvor Arla Food Ingredients holder til, og med etableringen af et nyt innovationscenter til oktober, er det håbet at kunne fortsætte den hæsblæsende rejse. Innovationscentret er placeret ved Danmark Protein for sikre adgang til råvarer og produktions-knowhow samt udnytte synergien med de øvrige Arla-sites og faciliteter i Videbæk-området.

”Det nye innovationscenter skal være med til at styrke vores innovation og sikre den fremtidige vækst, ved at vi bliver endnu bedre til at udvikle både nye og

bæredygtige produkter, der skaber forandring hos vores kunder. Vi har pt. ikke kapacitet til flere forsøg i vores faciliteter, så der er både brug for mere plads, men det er også en del af udvidelsen, at vi får mindsket afstanden mellem de forskellige led fra forskningen i laboratoriet, testningen i pilothallen og endelig produktionen”, forklarer Niels Østergaard, der er Vice President for Research & Development hos Arla Food Ingredients.

I arbejdet med at få udforsket og optimeret brugen af vallens mange muligheder arbejder Arla Food Ingredients med en metode, hvor vallens proteiner udforskes, ingredienser udvikles og testes med henblik på særlige funktionelle eller ernæringsmæssige behov, hvorefter de produceres og overdrages til de virksomheder, der bruger den pågældende ingrediens i deres produkter. Det er en proces, hvor der både er brug for forskningskompetencer fra universiteterne såvel som den konkrete knowhow om råmaterialet fra landbruget. Med det nye innovationscenter kommer der derfor også et øget behov for at tiltrække ny arbejdskraft til området, og det er noget, man er opmærksom på hos

Det er klart, at vi så også som sidegevinst er med til at skabe job og dynamik, og det er også noget, vi kan mærke i lokalområdet. Folk er stolte af, at det er lige her, kimen til udviklingen af vallen er blevet lagt 99

Niels Østergaard.

Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd, hvor nyheden om det nye innovationscenter har vakt stor glæde.

”Det vil højne de erhvervmæssige kompetencer, at der etableres et nyt innovationscenter fordi det kommer til at skabe en større efterspørgsel på højtuddannet arbejdskraft i hele kommunen. Det kan være med til at få flere til at flytte hertil fra byerne, fordi der pludselig er flere forskelligartede jobmuligheder, hvilket igen også kan skabe nogle synergier til andre virksomheder. Det betyder også, at rekruttering er et stort fokusområde for os”, fortæller Hans Jørn Mikkelsen, der er erhvervsdirektør i Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd.

Som en del af arbejdet med at tiltrække kvalificeret arbejdskraft har Arla Food Ingredients og Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd samarbejdet om at skabe en række camps, hvor interesserede ansøgere kan høre nærmere om karrieremulighederne i området og samtidig få en fornemmelse af lokalsamfundet.

Vallens værdi

Udviklingen af valleproduktet tog for alvor fart i 1990'erne, hvor man i stedet for at bruge det som svinefoder begyndte at gøre vallen moden til fødevarer. Herefter kom modermælkserstatningen til som område, og nu anvendes vallen i stigende grad til også at udvikle produkter inden for medical nutrition, som hjælper personer med særlige ernærings- eller smagsbehov. Det gennemgående fokus hos Arla Food Ingredients er, at så meget af vallen som muligt skal udnyttes så godt som muligt, hvilket betyder at bæredygtighed er et centralt omdrejningspunkt.

”Man kan sige, at vi udspringer af at være bæredygtige, i og med at vi arbejder med at udvikle noget, der før var et affaldsprodukt. Vores fokus er på at mindske den del af vallen, som ikke bliver brugt, og derigennem skabe produkter, der kan have en sundhedsmæssig gevinst for målgrupper med særlige behov. Det er klart, at vi så også som sidegevinst er med til at skabe job og dynamik, og det er også noget, vi kan mærke i lokalområdet. Folk er stolte af, at det er lige her, kimen til udviklingen af vallen er blevet lagt”, fortæller Niels Østergaard.

Den lokale stolthed nikker man genkendende til hos Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd, hvor Hans Jørn Mikkelsen fremhæver netop fødevarerområdet som én af kommunens vigtigste styrkepositioner sammen med energi, industri og turisme.

”Det er en cadeau til landbruget, for der er jo en grund til at mejerierne ligger, hvor de gør, her i området. Vi har haft stort fokus på at udvikle og forædle vores fødevarerområde, og det er noget, der er med til at gøre os synlige i resten af landet, for vi har i Danmark aldrig interesseret os mere for mad, end vi gør i dag. Derfor håber vi også, at der kan opstå et nyt væksteventyr, som dét vallen jo har været”, fortæller Hans Jørn Mikkelsen med et grin.

For at understøtte den udvikling og skabe de bedste rammer for de kommende ansatte på innovationscenteret arbejder man i Ringkøbing-Skjern Erhvervsråd med tanken om på sigt at skabe et campusområde i Videbæk. Det skal sikre, at nyttilkomne hurtigt får et sted at bo og samtidig kan blive en integreret del af lokalområdet.

En fyldt pipeline og nye opdagelser

Selvom det ikke er planen, at det nye innovationscenter skal markere startskuddet til en udvidelse ind i nye forskningsområder, så lever drømmen om at gøre nye, store opdagelser i vallen i bedste velgående. For Arla Food Ingredients ligger de fremtidige opgaver derfor i at udforske vallens matrice for at finde nye anvendelsesmuligheder såvel som at optimere de allerede kendte muligheder, fortæller Niels Østergaard.

”Vi kommer til at dykke dybere ned for at se, om der f.eks. er noget, der kan understøtte menneskers immunforsvar bedre eller hjælpe med at opbygge muskler. Hvordan kan vi eksempelvis bruge vores viden om vallens molekyler til, at vi kan komme så tæt på modermælk som muligt? Vi er stolte af, at vi kommer fra en videnskabelig baggrund, så vi konstant ser behovet for at udvikle og videreudvikle produkterne, og vi kommer derfor til at kigge bredere i vores portefølje. Her er den eneste barriere nærmest, at vi ikke kan få nok valle”, forklarer Niels Østergaard med et smil og tilføjer:

”Der er stadig store muligheder. Vi har ikke løst alle vallens gåder endnu”.

Arla Food Ingredients nye innovationscenter.





Hvis forbrugerne ikke vil købe det, jeg laver, så laver jeg noget forkert ,,

Helena Volsmann Jørgensen.

En ung mælkeproducent tager bæredygtighedsstafetten videre

De kommende landmænd, der i disse år udklækkes fra landbrugsskolerne, står over for en radikalt anderledes virkelighed end generationen før dem: de skal som de første for alvor drive landbrug i den grønne omstillings tegn, og måske endda helt gentænke måden, de gør det på. Den virkelighed har fået kommende mælkeproducent Helena Volsmann Jørgensen til at lave en gennemgribende plan for nye bæredygtighedstiltag på sin fars gård.

For Helena Volsmann Jørgensen, agrarøkonom og kommende mælkeproducent fra Gisleve på Fyn, er der ingen tvivl:

bæredygtighed er et vigtigt emne, der allerede nu berører os alle sammen, og som vil få endnu større betydning for Helenas egen generation og efterfølgende generationer. Derfor vil hun gerne arbejde for, at vi får et bæredygtigt landbrug – dels ved at deltage i debatten om bæredygtighed og dels ved selv at arbejde konkret med bæredygtige initiativer på sin fars gård.

Hun ser nemlig også en tendens til, at bæredygtighed begynder at blive et konkurrenceparameter, fordi forbrugerne i stigende grad efterspørger bæredygtige mejeriprodukter, og dem vil hun gerne være med til at lave:

Det kan godt være, den ikke smager mere bæredygtigt, men forbrugeren kan mærke i hjertet, at det er det produkt, de tror på, og som de støtter ”

Helena Volsmann Jørgensen.

”Vi skal også huske på, hvad er det forbrugerne vil have fremadrettet? Er det det billigste produkt, eller er det en mælk, der kan noget mere? Det kan godt være, den ikke smager mere bæredygtigt, men forbrugeren kan mærke i hjertet, at det er det produkt, de tror på, og som de støtter”.

Helena er én af de unge, der har været interesseret i klima- og miljødebatten længe, hvilket blandt andet resulterede i at hun valgte at studere på Dalum Landbrugsskole, hvor netop bæredygtighed spiller en stor rolle. Det var også grunden til, at hun i sin afgangsupgave på agrarøkonomuddannelsen lavede en grundig analyse af bæredygtigheden på sin fars bedrift, hvor hun lige nu arbejder, og som hun potentielt skal overtage om 10-15 år. Bedriften, som ejes af hendes forældre, er et konventionelt landbrug ved Gislev på Fyn med 170 Jersey køer plus opdræt, hvor der dyrkes 230 hektar.

Godt bæredygtighedsniveau med rum for forbedringer

Helenas analyse viser, at hendes far Klaus Jørgensen allerede er godt i gang og har taget en række tiltag, der har positiv effekt på gårdens bæredygtighedsregnskab. Blandt andet bruger han overskudsvarme fra den nymalkede mælk, han leverer gylle til biogas og bruger den afgassede gylle til at gøde markerne.

Analysen viser dog også, at der kan gøres endnu mere på bedriften. Helena identificerer særligt fire indsatsområder, hvor der kan arbejdes mere med bæredygtigheden: biodiversitet, energi & klima, vand, næringsstoffer & miljøbeskyttelse. Endvidere har hun set på, hvordan hun inden for de fire

områder kan bidrage til FN's verdensmål for bæredygtig udvikling.

På baggrund af analysen peger Helena på en række konkrete tiltag, der kan forbedre bæredygtigheden på bedriften, og som hun gerne vil indføre med tiden. Det drejer sig både om tiltag, der kan indføres relativt let som f.eks. oprettelse af blomsterstriber på markerne, udskiftning til LED-belysning på hele gården og opsamling og genbrug af regnvand til vask af malkebotter såvel som større initiativer som opsætning af egen vindmølle, mekanisk radrensning på markerne med robotter, dyrkning af hestebønner som alternativ til soja i foderet, og oprettelse af minivådområder.

Små skridt og den store omstilling

Det at tiltagene er lette at gå til, er et vigtigt punkt for Helena, fordi det betyder, at de gode intentioner ikke bare bliver ved tanken:

”Jeg vil rigtig gerne tage nogle af de lavthængende frugter, fordi de små skridt også er med til at tage det helt store skridt på et tidspunkt”.

Samtidig ser hun dog også udfordringer i forhold til at implementere bæredygtighedstiltagene i fremtiden, når hun selv skal overtage gården. Hun peger særligt på finansiering som en udfordring, idet det kræver meget kapital at overtage en gård som ung landmand i Danmark. Det gør, at hun måske ikke som det første har råd til at gå ud at investere i f.eks. en robot til mekanisk radrensning, selvom hun gerne vil. Dermed er der nogle af bæredygtigheds-

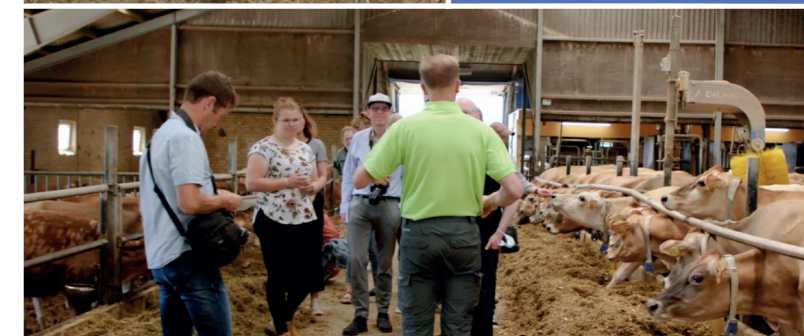
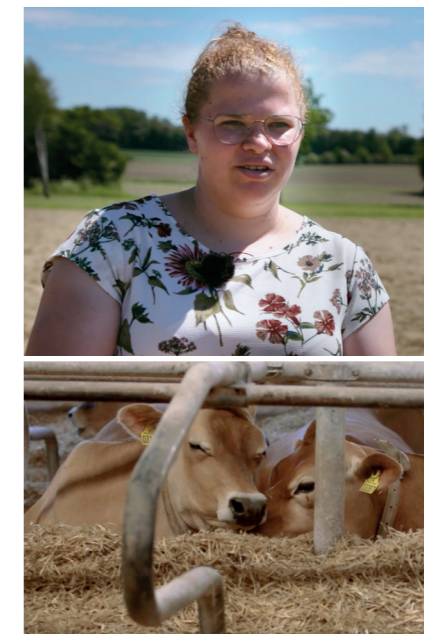
tiltagene, der ikke p.t. er økonomisk bæredygtige, selvom de er klima- og miljømæssigt bæredygtige – og økonomi er også en del af bæredygtighedsbegrebet, understreger Helena.

Hun efterlyser af samme grund at politikerne kommer mere på banen og tør satse mere på de unge landmænd, der gerne vil i gang med at øge bæredygtigheden ude på gårdene, f.eks. ved at skabe nogle rammer, der giver lettere adgang til nye bæredygtige landbrugsteknologier. Derudover ser hun et behov for, at der satses mere på forskning, blandt andet i hvordan koen kan gøres mere klimaneutral ved at reducere dens metanudslip – og det er særligt vigtigt, at der fokuseres på løsninger, der fungerer i praksis på de enkelte bedrifter.

For Helena er det næste skridt derfor at starte med de bæredygtighedstiltag fra analysen, der kan implementeres lettest, i samarbejde med sin far. Det løbende fokus på at optimere gården igennem en masse små bæredygtighedsskridt gør det mere attraktivt for hende en dag at overtage gården og fortsætte bæredygtighedsrejsen, fremfor hvis hun skulle overtage en gård, hvor der intet var blevet gjort.

Samtidig er det også vigtigt for hende at blive ved med at bidrage til og nuancere debatten omkring bæredygtighed i landbruget, og fortælle om de mange initiativer landbruget tager for at blive mere bæredygtigt. Her er det særligt vigtigt for hende at formidle budskabet til forbrugerne, for som hun siger:

”Hvis forbrugerne ikke vil købe det, jeg laver, så laver jeg noget forkert”.



Den 9. juni 2021 inviterede Mejeriforeningen en række stakeholdere på besøg hos Arla-landmand Klaus Jørgensen og hans datter Helena Volsmann Jørgensen på gården Højvang ved Gislev på Fyn.

Under besøget fortalte Klaus og Helena om de fremtidige bæredygtighedsplaner for bedriften, og der blev mulighed for at drøfte, hvad der skal til, for at fremtidens unge landmænd kan lykkes med den grønne omstilling.

FN's Verdensmål for bæredygtig udvikling

FN's Verdensmål for bæredygtig udvikling består af 17 mål og 169 delmål, som blev vedtaget af verdens stats- og regeringsledere på FN-topmødet i New York den 25. september 2015. Målene trådte i kraft den 1. januar 2016, og skal frem mod 2030 fungere som et pejlemærke for en mere bæredygtig udvikling for både mennesker og planeten.

Verdensmålene forpligter alle FN's 193 medlemslande til helt at afskaffe fattigdom og sult i verden, reducere uligheder, sikre god uddannelse og bedre sundhed til alle, anstændige jobs og mere bæredygtig økonomisk vækst. De fokuserer ligeledes på at fremme fred og sikkerhed og stærke institutioner og på at styrke internationale partnerskaber.





Fremtidens bæredygtige landmænd

Den grønne omstilling af mejerisektoren og landbruget er i fuld gang, men skal den danske fødevarerproduktion kunne være bæredygtig både klimamæssigt, miljømæssigt, økonomisk og socialt, er der brug for at tiltrække en bred vifte af kompetencer blandt de yngre generationer – men hvordan? Fødevaretænkertanken Frej har startet et netværk, der skal svare på netop dét.

Når det kommer til den grønne omstilling, efterspørger mange af de unge i fødevarerbranchen i stigende grad viden om, hvad de selv kan gøre på deres bedrift og

hvordan en sund forretning kan gå hånd i hånd med bæredygtighed. Derfor har Tænkertanken Frej lanceret et netværk for unge landmænd, der ønsker at få inspiration til, hvordan de kan gøre deres landbrug mere bæredygtigt – og gøre det til en god forretning samtidig.

”Vi er løbende i dialog med en lang række af unge landmænd, og vi oplever at mange af dem har store visioner og ideer. De vil hellere i gang i dag end i morgen, og de leder bogstaveligt talt efter muligheder for at kunne gøre deres forretning mere bæredygtig og bidrage positivt til omstillingen. Mange oplever, at deres tid er givet godt ud

Vi står over for en massiv udfordring med den grønne omstilling, fordi klima og miljø er blevet en præmis, og klimaneutralitet er en realitet for alle. Man kan godt sammenligne det med en ny månelanding. Det er dén rejse, vi skal ud på, og der skal mange fagligheder i spil for at nå i mål ,,

Erik Jesper Timmerman.

ved at tilegne sig nye perspektiver og få en øget forståelse for hele bæredygtighedsdagsordenen, som er kommet for at blive. Vi ønsker at samle unge på tværs af faggrupper i et målrettet forløb. De skal klædes så godt på som overhovedet muligt med udefra-ind perspektiver på, hvordan de kan spille ind i den grønne omstilling og samtidig fremtidssikre deres virksomheder”, fortæller Erik Jesper Timmerman, der er projektleder for Frejs nyetablerede netværk.

En ny månelanding

Netværket vil bestå af omkring 30 unge fra landbruget og primærproduktionen, som over fem møder vil samles og lære om temaer som borgerforståelse, legitimitet, øget forståelse for forbrugerne, trends, visioner og strategi samt bæredygtighedsformidling. Som afslutning på forløbet vil deltagerne arbejde fokuseret med deres egen bedrift for at kortlægge de konkrete grønne muligheder, der er dér. Netop fordi den grønne omstilling er så kompleks, er en gennemgående præmis for netværket, at de unge skal have udvidet deres horisont, så de kan få nye perspektiver med sig hjem, som de kan implementere på deres egen bedrift – og det sker gennem udfordring og involvering.

”Vi står over for en massiv udfordring med den grønne omstilling, fordi klima og miljø er blevet en præmis, og klimaneutralitet er en realitet for alle. Man kan godt sammenligne det med en ny månelanding. Det er dén rejse, vi skal ud på, og der skal mange fagligheder i spil for at nå i mål. Der kommer hele tiden nye initiativer og teknologi til, men det skal også kunne anvendes i praksis på gårdene. Derfor er det uhyre vigtigt, at

vi mobiliserer os omkring det, så vi både samarbejder om at udvikle fælles initiativer på tværs, men også at hver gruppe ser på sin del, og dér skal vi have de unge på banen”, fortæller Erik Jesper Timmerman.

Fødevarer sektor 2.0

Netop den stadig mere avancerede teknologi i landbrugs- og fødevarer sektoren – agritech – er én af de andre udviklinger, der følger med den grønne omstilling og er med til at påvirke sektorens fremtid. Det betyder, at fremtidens mejerisektor og resten af landbruget kommer til at have en mere mangfoldig arbejdsstyrke end tidligere, fordi der nu i stigende grad er behov for eksempelvis ingeniører, kommunikatører og dataloger. Det stiller branchen overfor en vigtig formidlingsopgave, mener man hos Frej, der ser behovet for både at kunne tiltrække ung arbejdskraft fra byerne, men også for at kunne skabe opbakning til løsningerne uden for sektoren, påpeger Erik Jesper Timmerman.

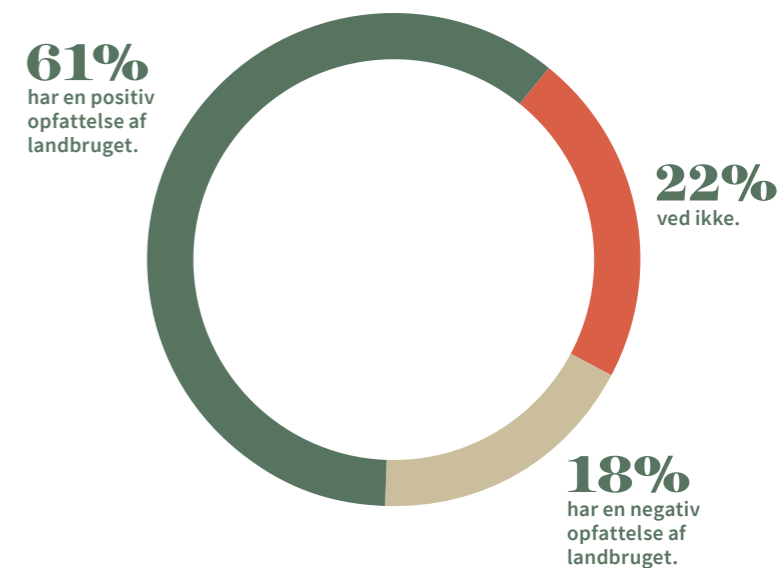
”Vi vil alle sammen være en del af fremtiden og dét, der er i udvikling, og her handler det om, at vi tager teten og går forrest, for de unge i byerne skal kunne se sig selv bo på landet. Det kræver en dybere forståelse for, at landbruget er for flere og andre end landmænd alene, og at man godt kan arbejde der uden at have gået på landbrugs-skole. Vi skal vise, hvor spændende og ambitiøst det er og hvor meget fremtid, der er i sektoren. Vi har heldigvis en masse startups på vej, og vi ser også en stigende interesse for naturen i byerne, som vi kan tale ind i, men der skal kommunikeres bedre og bredere, så vi kan få mindsket afstanden mellem land og by og få flere med”.

Selve ideen med at forskelligheder mødes, er helt central for Frejs arbejde, og selvom de i tænketanken ser opgaven som en fælles udfordring for både producenter, forbrugere og politikere, er de ikke i tvivl om, at den enkelte aktør i fødevarer sektoren kan komme langt ved selv at tage initiativet.

”Vi skal som landmænd turde tage udviklingen i egne hænder, og her er bæredygtighed også en oplagt måde at komme

tættere på forbrugerne. Derfor skal vi sætte konkrete målsætninger og komme med bud på, hvordan vi kommer i mål med dem. Vi skal vise, at vi som landmænd tror på løsningerne, for dét vil alle uden for sektoren gerne være en del af. På den måde kan vi rykke noget på udviklingen”, fortæller Erik Jesper Timmerman.

Hvordan opfatter danskerne landbruget?



Kilde: Forbrugerundersøgelse foretaget af Userneeds for Mejeriforeningen i april 2021. Undersøgelsen består af et udsnit på 1.500 repræsentative respondenter i alderen 18-65 år.

Tænketanken Frej

- Startet i 2016 i forlængelse af studenterforeningen Tværfagligt Fødevarerforum og arbejder med at skabe dialog, samarbejde og udbrede viden om løsninger på fødevarerområdet.
- Består af flere end 80 frivillige unge i alderen 20 til 30 år og et sekretariat med otte ansatte.
- Samarbejder med landmænd og aktører i fødevarersektoren. Har over 70 partnerskaber for bæredygtig handling og et advisory board med forskere og eksperter fra landbrugs- og fødevarerbranchen.
- Starter i efteråret 2021 Unge landmænds netværk for bæredygtig handling, der skal samle op til 30 unge og ambitiøse landmænd og aktører i primærproduktionen til fem møder, der sætter fokus på at skabe bæredygtig forandring.



**Vi skal som
landmænd
turde tage
udviklingen i
egne hænder,
og her er
bæredygtighed
også en oplagt
måde at komme
tættere på
forbrugerne „**

Erik Jesper Timmerman.

