



Af:  
Per Kølster  
Formand  
Økologisk  
Landsforening

## Klimaet er kommet for at blive

I sidste uge kom regeringens klimaudspil, hvor landbruget er tiltænkt en central rolle. Med baggrund i det der i 2009 hed COP15, altså det verdensomspændende topmøde i København om klimaet, udarbejdede Økologisk Landsforening en klimastrategi. Vel at mærke en strategi, som ikke i snæver forstand handler om vind og vejr, men som ser på, hvordan det økologiske landbrug og levevis kan og skal indrettes for at blive klimavenligt.

I et økologisk landbrug tager biologien over. Udviklingen af jordens frugtbarhed er uløseligt forbundet med at recirkulere biomasse og deponere kulstof. Der produceres energi baseret på planter - det vil sige solens fotosyntese af biomasse; og i selve driften er der plads til natur og sund husholdning med næringsstoffer osv. osv.

Strategien foreslår løsninger, som ser landbrug, fødevarerfremstilling og -forbrug som et uløseligt forbundet hele, og at klimaløsninger skal indgå som en integreret del i denne helhed. Derfor er det en logisk følge, at vi skal omtænke vores forbrugsvaner. Vi skal ikke alene lære at genbruge og recirkulere. Nej det handler også om, hvad og hvordan vi spiser. Mindre rødt og mere grønt. Udvikler vi dette system til fuldkommenhed, genskaber vi også den renhed og dermed frugtbarhed, vores have har krav på, og dermed et rigt fiskeliv. Her har kemien heller ingen plads, og absolut heller ikke alt det andet forurenende, som ligger uden for fødevarer-systemets ansvarsområde.

Og interessant nok falder brikkerne på plads. Klimaet går hånd i hånd med at genrejse naturen med dens myriader af livsmuligheder; med at reducere risikoen for klimakatastrofer og med samtidig at sikre en tilstrækkelig, sund og ikke mindst velsmagende madkultur. Men og ak: Udfordringen er, at vi lever med et samfund, som finder det uhyre vanskeligt at skabe bredere, sammenhængende, langsigtede og konstruktive løsninger. Når alle interesser skal høres og tilgodeses, bliver det nem middelmådigheden, som vinder. Et lidt kedeligt ord - så lad mig i stedet bruge det mere konstruktive ord - set med demokratiske briller - konsensus.

Vores privilegium som økologer er, at vi selv tager skeen i egen hånd og vil videre. Vi vil gå foran med det gode eksempel og med den skabende kraft, der gør, at vi kan vise, at det er muligt. En vanskelig og krævende vej. Og endnu flere krav til os selv gør det ikke ligefrem lettere. Men omvendt, så er der utroligt meget at hente i at udfordre os selv. Vores stolthed og troværdighed vokser, og dermed skabes der de særlige kræfter, der skal til at løfte og løse. Det er en historisk rolle vi har taget på os, vi skylder os selv at turde blive ved, og vi kan være helt rolige, fordi det omgivende samfund forstår at belønne vores initiativer.

Der forventes noget af os, og med vores klimastrategi har vi endnu engang tænkt os om og byder ind med muligheder. Læs den og artiklerne i bladet. Og spørg dig selv hvad du kan gøre. Thise er for tiden i gang med at arbejde med klimahandlingsplaner, andre er på vej og nogen har allerede gjort det, og en ting er sikkert: Der kommer endnu mere og bedre økologi ud af det. Thise har i øvrigt 25 års jubilæum når bladet udkommer. Til lykke med pionerånden, den løfter os alle! Ja, den skaber et godt klima!

Vi har modtaget:

# L&F svækker økobudskaber

Af Paul Holmbeck direktør,  
Økologisk Landsforening.

I Økologisk Landsforening har vi i vores kommunikation med forbrugere fokus på de positive budskaber - økologi er godt for dig, dyrene og miljøet.

I modsætning til i andre lande, peger vi ikke fingre ad de konventionelle landmænd. Vores landmandsmedlemmer vil heller spille kort med naboen end skændes om, hvad vores foreninger siger om hinandens produktioner.

Men hvis vi vil have et marked for økologiske varer, er vi nødt til at bruge en tydelig kommunikation om økologi. Vi skal synliggøre de markante forskelle i produktionsformen, som de økologiske

landmænd og virksomheder knokler hver dag for at skabe. Uden merværdi, ingen forbrugerinteresse og intet marked for økologi.

På det seneste oplever vi, at Landbrug & Fødevarer arbejder imod markante budskaber om økologi, f.eks. modsætter foreningen sig formuleringer som 'du støtter bedre dyrevelfærd' eller 'du sparer dig selv for sprøjtegift.'

Det er meget forståeligt, at Landbrug & Fødevarer har behov for at kommunikere, at der er god dyrevelfærd i al dansk landbrug, og ikke ønsker omtale af gift i grundvand eller fødevarer. Men kæden hopper af, når de konventionelle interesser overskygger behovet for en tydelig kommunikation om økologi.



Det er ikke økologernes interesser man varetager her.

Hvis vi vil have forbrugerne til at købe økologiske varer, skal der være en tydelig kommunikation om den forskel økologi gør og den merværdi forbrugeren får, for den merpris de betaler.

Vi har f.eks. et aftagende salg af øko mælk. Et af de store forskelle på konventionelle og økologiske køer er, at økokøer kommer på græs. Så nytter det ikke så meget at L&F igen og igen siger til pressen at køerne har det lige så godt inde, eller måske bedre! Dels er det fagligt noget nonsens. Dels undergraver de økologiske mælkeproducenters mulighed for at sælge deres mælk og få en merpris for det.

## Fem hurtige til ministeren

### ØKOLOGI: Karen Hækkerup vil hellere være overambitiøs end at fedtspile

Af Jakob Brandt

Økologien har fået en ny minister i skikkelse af Karen Hækkerup (S), som afløste partifællen Mette Gjernskov i forbindelse med den seneste ministerrokade. Som ny minister har Karen Hækkerup de seneste uger haft travlt med at sætte sig ind i de mange komplekse sager i Fødevarerministeriets regi. I sidste uge holdt hun sit første møde med repræsentanter fra Økologisk Landsforening. I den forbindelse spurgte Økologi & Erhverv om ministerens mere overordnede syn på økologien. Her er hendes svar:

*Regeringen fører en meget offensiv økologipolitik. Hvorfor er det vigtigt?*

- Jeg synes, at det er vigtigt, at vi kan få varer, hvor der er gjort noget ekstra for dyrevelfærden, og hvor der bliver tænkt lidt ekstra over miljøbelastningen, selvom

vi generelt har høje miljøkrav i Danmark. Desuden har mange økologer været gode til at udvikle nye produkter med et lokalt præg, så jeg synes, at den økologiske bølge har været med til at udvikle vores madkultur.

*Vil du fortsætte den offensive linje?*

Ja, i forhold til økologi, så kommer jeg til at lægge samme ambitiøse linje som min forgænger.

*Hvordan kommer økologerne til at mærke, at du er blevet deres minister?*

- Jeg kommer til at følge det spor, som Mette Gjernskov lagde, for det synes jeg var fornuftigt, så økologerne kommer nok ikke til at mærke den store forskel på vores holdninger.

*Hvordan kan økologien efter din opfattelse fungere som en løftestang for udviklingen i landdistrikterne?*

- Landbrug ligger jo mest i landdistrikterne, og her har vi set, at økologiske virksomheder har skabt arbejdspladser, der

bygger på lokale råvarer, så på den måde tror jeg, at økologien kan være med til at løfte landdistrikterne.

*De seneste år er omlægningen næsten gået i stå. Er det stadig realistisk at have en ambition om en fordobling af arealet i 2020?*

Ja, det er det, men jeg indrømmer, at det går lidt langsommere, end vi havde håbet, og at det er et meget ambitiøst mål. Men jeg vil hellere være overambitiøs end at fedtspile.

*Hvad er dit eget forhold til økologi - hvad er økologiprocenten i ministerens husholdning?*

- Det holder jeg ikke regnskab med, men basisvarer som æg, mælk og gulerødder er altid økologiske, men jeg køber også både økologisk kød, brød, mejeriprodukter, grøntsager og alt muligt andet. Men der findes også gode produkter, der ikke er økologiske, og jeg farer ikke hele byen rundt for at finde en økologisk avocado, hvis ikke de lige har det i mit lokale supermarked.

## ØKOLOGI & ERHVERV

**Udgiver**  
Økologisk Landsforening  
Silkeborgvej 260  
8230 Åbyhøj  
Tlf. 87 32 27 00  
www.økologiogerhverv.dk

**Udkommer**  
22 udgivelser årligt

**Oplag** 4.000

**Tryk**  
Skive Folkeblad

**ISSN** 1904 - 1586

**Redaktør (ansv.)**  
Irene Brandt  
ib@okologi.dk  
87 32 27 29

**Redigerende / annoncer**  
Arne Bjerre  
ab@okologi.dk  
87 32 27 23

**Journalist**  
Jakob Brandt  
jb@okologi.dk  
87 32 27 27

**Journalist**  
Karen Munk Nielsen  
kmn@okologi.dk  
87 32 27 28

**Abonnement**  
Avisen koster 34,95 i løssalg. Et årsabonnement koster 680 kr. (ekskl. moms). Bestil på mail: hmo@okoologi.dk

**Økologi & Erhverv**  
Redigeres uafhængigt af politiske, økonomiske og organisatoriske interesser.