

**Fonden for økologisk landbrug**

**Årsregnskab 2019**  
**cvr. nr. 33 33 51 13**

*Årsregnskabet for Fonden for økologisk landbrug omfatter årsregnskab med indtægter og udgifter, balance og noter samt supplerende noter. Årsregnskabet er baseret på tilskudsregnskaber fra modtagere af tilskud fra fonden.*

## **Indholdsfortegnelse**

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Fondsoplysninger                           | 3  |
| Ledelsesberetning                          | 4  |
| Ledelsespåtegning                          | 12 |
| Den uafhængige revisors revisionspåtegning | 13 |
| Anvendt regnskabspraksis                   | 16 |
| Regnskab                                   | 17 |
| Balance                                    | 19 |
| Noter til indtægter og udgifter            | 20 |
| Oversigter over fondens puljer             | 21 |
| Supplerende oplysninger                    | 25 |
| Opgørelse over de seneste 5 regnskabsår    | 31 |
| Noter til supplerende oplysninger          | 34 |

## Fondsoplysninger

|                       |                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Navn:</b>          | Fonden for økologisk landbrug<br>Axeltorv 3, 1<br>1609 København V<br>tlf. 33 39 40 00<br>CVR 33 33 51 13<br>oekologifonden.dk<br>oekologifonden@oekologifonden.dk                                                                 |
| <b>Bestyrelse:</b>    | Poul Pedersen, formand<br>Jørgen Eriksen, næstformand<br>Camilla Udsen<br>Hans-Erik Jørgensen<br>Jens Otto Rasmussen<br>Jesper Lund-Larsen<br>Lis Roborg<br>Mads Helms<br>Per Kølster<br>Thomas Helle<br>Uffe Bie<br>Vibeke Langer |
| <b>Administrator:</b> | Landbrug & Fødevarer<br>Axeltorv 3<br>1609 København V                                                                                                                                                                             |
| <b>Revision:</b>      | Deloitte<br>CVR-nr.: 33 96 35 56<br>Statsautoriseret Revisionspartnerselskab<br>Weidekampsgade 6<br>2300 København S<br>Tlf. 36 10 20 30                                                                                           |

# Ledelsesberetning

## Fondens formål

Fonden for økologisk landbrug blev oprettet pr. 1. januar 2002.

Fondens formål er at styrke udviklingsmuligheder og konkurrenceevnen for økologisk landbrug.

Fonden er reguleret i henhold til lov om administration af Det Europæiske Fællesskabs forordninger om ordninger under Den Fælles Landbrugspolitik finansieret af Den Europæiske Garantifond for Landbruget m.v., jf. lovbekendtgørelse LBK nr. 231 af 22. marts 2018 (landbrugsstøtteleven).

Fonden ledes af en bestyrelse med 12 medlemmer, som består af otte repræsentanter for landbruget og fire repræsentanter for offentlige interesser. Repræsentanterne for landbruget udpeges af miljø- og fødevareministeren efter forudgående udtalelse i enighed fra Landbrug & Fødevarer og Økologisk Landsforening. Repræsentanterne for offentlige interesser udpeges af miljø- og fødevareministeren efter fælles udtalelse fra Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, Forbrugerrådet og Det Frie Forskningsråd. Bestyrelsesmedlemmer udpeges for en periode på fire år.

Fonden kan i henhold til landbrugsstøtteleven finansiere foranstaltninger inden for følgende hovedformål: Afsætningsfremme, forskning og forsøg, produktudvikling, rådgivning, uddannelse, sygdomsforbyggelse, sygdomsbekæmpelse, dyrevelfærd, kontrol, medfinansiering af initiativer under EU-programmer samt i øvrigt foranstaltninger, som ministeren godkender.

Til finansiering af foranstaltningerne modtager fonden årligt midler, som Miljø- og Fødevareministeriet har afsat på finansloven, jf. §24.24.51. Derudover kan fonden modtage andre midler, som ministeren udtrykkeligt giver tilladelse til.

## Fondens budget for 2019

Fonden for økologisk landbrug har en ordinær årlig pulje på 10 mio. kr. Ansøgningsrunden for tilskud i 2019 blev afviklet på baggrund af fondens strategi 2018 – 2021. Ansøgningsrunden for den ordinære pulje for tilskud i 2019 blev afviklet med ansøgningsfrist i august 2018.

Udover fondens ordinære pulje, er der fra politisk side afsat yderligere midler til udvikling af økologien via Fonden for økologisk landbrug. I 2015 blev der indgået en 4-årige økologiaftale 2015-2018, som blev justeret i Landbrugspakken 2016-2018. Økologiaftalen er blevet udmøntet i form af en række særpuljer med indsatser, som overordnet er fastlagt af Miljø- og fødevareministeriet. På baggrund heraf fastlagde bestyrelsen i maj 2018 rammerne for ansøgningsrunderne for tilskud i 2019. Særpuljerne er således blevet afviklet på baggrund af egne opslag for de respektive puljer.

Udmøntningen af aftalens 4. år (2018) er sket i finansåret 2018 med afvikling af ansøgningsrunder i 2. halvår 2018 til gennemførelse af projekter i 2019. Midlerne til finansiering af 2019-projekterne var afsat på finansloven 2018 og blev overført til fonden i 2018. Midlerne indgår derfor i overførslen fra 2018 til 2019.

For 2019 blev der afviklet ansøgningsrunder for tre særpuljer:

- Eksportfremme med ansøgningsfrist i august 2018
- National Afsætning med ansøgningsfrist i oktober 2018
- Viden & Kompetence med ansøgningsfrist i oktober 2018.

Med henblik på en fortsættelse af indsatsen om at styrke udviklingen af den økologiske sektor blev der indgået en ny 3-årig økologiaftale for 2019-2021. Midlerne til finansiering af 2020-projekterne var afsat på finansloven 2019 og blev overført til fonden i 2019. Udmøntningen af aftalens 1. år (2019) er sket i finansåret 2019 med afvikling af ansøgningsrunder i 2. halvår 2019 til gennemførelse af projekter i

2020. Midlerne figurerer derfor i 2019-budgettet på indtægtssiden under posten "Særbevilling og anden indtægt" og indgår i overførslen fra 2019 til 2020.

Fondens bestyrelse fastlagde 2019-budgettet på to bestyrelsesmøder i hhv. september og november 2018. Under fondens ordinære pulje samt de tre særpuljer blev der bevilget tilskud til gennemførelse af projekter i 2019 for sammenlagt 40.614 t.kr.

Der blev budgettet med udgifter på i alt 934 t.kr. til den del af administrationen, som kan finansieres af fonden: Revision, advokat, effektivisering, bestyrelseshonorar, befordringsgodtgørelse samt udgifter til administration af særpuljerne, jf. aftale med Landbrugsstyrelsen om, at en andel af de afsatte midler i økologiaftalen kan bruges til administration.

På baggrund af bestyrelsens beslutninger blev der udarbejdet et basisbudget for 2019, som blev fremsendt til Landbrugsstyrelsen. Styrelsen meddelte ved mail af 26. april 2019, at basisbudgettet var godkendt.

Forsinkelser i projektafviklingen grundet forskellige forhold bevirkede, at en række tilskudsmodtagere i 2018 ikke fuldt ud anvendte de bevilgede tilskud. Fonden imødekom ni projektførlængelser af 2018-projekter på i alt 1.810 t.kr. med henblik på færdiggørelse af de planlagte 2018-aktiviteter i 2019.

Projektførlængelserne er fordelt på puljerne på følgende måde:

- Den ordinære pulje: Fem projekter på sammenlagt 1.110 t.kr.
- Eksportfremme: Et projekt på sammenlagt 103 t.kr.
- National Afsætning: Tre projekter på sammenlagt 597 t.kr.

På baggrund heraf blev der udarbejdet et ændringsbudget, som blev sendt til Landbrugsstyrelsen, jf. bestemmelserne i kapitel 2 i administrationsbekendtgørelsen om indsendelse af budgetter. Styrelsen meddelte ved mail af 12. november 2019, at ændringsbudgettet var godkendt.

## Årsregnskabet for 2019

Regnskabet er Fonden for økologisk landbrugs 18. regnskabsaflæggelse.

Fondens regnskab for perioden 1. januar – 31. december 2019 er udarbejdet efter reglerne i bekendtgørelse nr. 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde m.v. inden for jordbrugsområdet.

Regnskabet viser en overførsel af midler fra 2018 på 35.926 t.kr., herunder særbevillingerne overført til fonden i 2018 vedr. 4. år i økologiaftalen 2015-2018.

Fondens ordinære indtægter i form af overførte promillemidler fra Landbrugsstyrelsen udgør i alt 10.000 t.kr. Derudover er der en særbevilling på 30.000 t.kr. jf. første år i Økologiaftalen 2019-2021. I lighed med tidligere år under økologiaftalen 2015-2018 disponerede fonden over midlerne i finansåret og bevilgede tilskud til projekter, som bliver gennemført i 2020. Midlerne indgår derfor i overførslen til 2020.

Der er andre indtægter på 57 t.kr. Der er tale om en tilbagebetaling vedrørende et 2018-projekt, idet en tilskudsmodtager i 2019 konstaterede, at en faktura var betalt to gange. Fonden har i 2019 haft renteudgifter på 87 t.kr., som følge af forholdene på pengemarkedet.

Fondens samlede indtægter udgør i alt 76.898 t.kr. De samlede udgifter til tilskud udgør 36.594 t.kr., hvilket er mindre end budgetteret, idet en række tilskudsmodtagere ikke fuldt ud har anvendt det bevilgede tilskud.

Udgifterne til fondsadministration udgør i alt 1.416 t.kr. heraf 366 t.kr. til administration af særpuljerne. I administrationsudgifterne indgår et tab på debitorer på 500 t.kr. Fonden Københavns Madhus fik for 2019 bevilget et tilskud på 500 t.kr. under puljen National Afsætning. Madhuset gik imidlertid konkurs i november 2019, hvorefter fonden henvendte sig til kurator. Der er imidlertid ikke modtaget afrapporteringer herunder tilskudsregnskab vedr. projektet. På baggrund heraf er det udbetalte tilskud anført som tab på debitorer.

Fondens samlede udgifter udgør 38.010 t.kr., hvilket giver en overførsel på 38.888 t.kr. til 2020, svarende til 102,3 pct. af de samlede udgifter i 2019.

Den høje overførsel til 2020 skyldes navnlig midlerne under særpuljerne, som er overført til fonden i 2019. Overførslen skyldes desuden, at en række af de tilskud, som fonden havde bevilget for kalenderåret 2019, ikke blev udnyttet fuldt ud af tilskudsmodtagerne dels grundet færre udgifter end budgetteret og forsinkelser i projektafviklingen. Fonden har godkendt 13 projektførlængelser med henblik på at gennemføre planlagte 2019-aktiviteter i 2020. Projektførlængelserne på sammenlagt 2.960 t.kr. vil indgå i budgettet for 2020 og vil fremgå af 2020-årsregnskabet.

## Begivenheder efter balancedagen

Udbruddet og spredningen af COVID-19 primo 2020 har ikke haft og forventes ikke at få væsentlig indvirkning på fondens drift i 2020 hverken på indtægts- eller udgiftssiden.

Fondens indtægter i 2020 består af bevillinger på finansloven for hhv. 2019 og 2020. De afsatte midler på finansloven 2019 er overført til fonden i 2019, og første rate af 2020-bevillinger er overført til fonden primo april 2020. Anden rate 2020 forventes overført primo oktober 2020.

Fonden sendte i marts 2020 en mail fondens til tilskudsmodtagere med en vejledning i forhold til Covid-19. Der er efterfølgende kommet ansøgninger om ændringer af de planlagte aktiviteter navnlig grundet forsamlingsforbudet. Fonden er på nuværende tidspunkt ikke bekendt med, at der er projekter, som bliver lukket ned.

Herudover er der ikke efter balancedagen indtrådt begivenheder, som forrykker vurderingen af årsrapporten.

## Anvendelsen af fondens midler i 2019

I 2019 er der blevet gennemført 68 projekter under fire forskellige puljer med tilskud fra fonden til 17 forskellige tilskudsmodtagere.

Tilskuddenes fordeling efter landbrugsstøttelovens hovedformål fremgår af regnskabet. Hovedformålet Afsætningsfremme er klart det største hovedformål med en andel på 64 pct. af de samlede udgifter til tilskud. Baggrunden er det store fokus på fremme af afsætningen i særpuljerne. Derefter kommer hovedformålene Rådgivning med en andel på 20 pct., Forskning og forsøg med 15 pct., Uddannelse med en andel på 1 pct. samt Medfinansiering af initiativer under EU-programmer med under 1 pct.

Fondens tre største tilskudsmodtagere er Økologisk Landsforening, Landbrug & Fødevarer, herunder SEGES samt Aarhus Universitet.

### 1. Fondens ordinære pulje

- 10 tilskudsmodtagere
- 28 projekter med samlede anvendt tilskud på 10.425 t.kr. mod budgetteret 12.319 t.kr.
- 1 projekt blev ikke finansieret som følge af manglende godkendelse fra fondens side af en ændring af projektet på baggrund af, at anden finansiering ikke blev opnået.
- 8 projekter er blevet projektførlængt til 2020 med et samlet beløb på 1.207 t.kr.

## 2. Særlig pulje: Økologisk Eksportfremme

- 5 tilskudsmodtagere
- 15 projekter med samlede anvendt tilskud på 10.854 t.kr. mod budgetteret 11.763 t.kr.
- 1 projekt er blevet projektførlænget til 2020 med et beløb på 291 t.kr.

## 3. Særlig pulje: National Afsætningsfremme

- 10 tilskudsmodtagere
- 21 projekter med samlede anvendt tilskud på 11.174 t.kr. mod budgetterede 12.464 t.kr.
- 1 projekt blev ikke færdiggjort grundet tilskudsmodtagers konkurs
- 2 projekter er blevet projektførlænget til 2020 med et samlet beløb på 381 t.kr.

## 4. Særlig pulje: Viden & Kompetence

- 4 tilskudsmodtagere
- projekter med samlede anvendt tilskud på t.kr. mod budgetteret t.kr.
- 2 projekter er blevet projektførlænget til 2020 med et samlet beløb på 1.081 t.kr.

## Effektvurderinger – fondens ordinære pulje

Fondens formål er at styrke udviklingsmuligheder og konkurrenceevnen for økologisk landbrug. Fondens strategi 2018-2021 er en differentieret strategi med flere forskellige indsatsområder - og dermed forskellige måder at skabe værdi for sektoren.

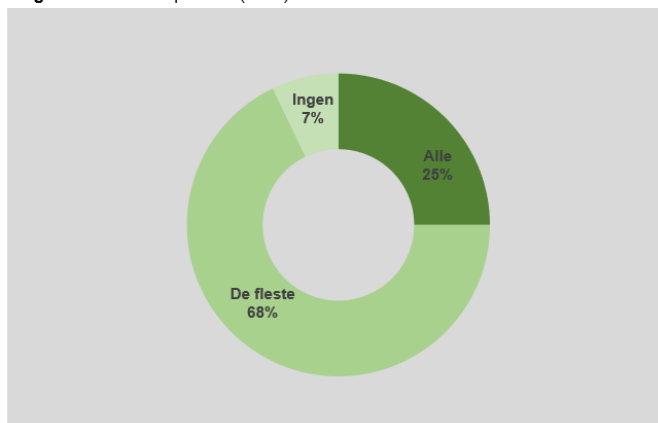
Fondens indsatsområder tager afsæt i udviklingsmuligheder og udfordringer, som erhvervet står overfor. De understøtter fondens formål om at skabe vækst og udvikling i erhvervet, og at der samtidig adresseres udfordringer, som også samfundsmæssigt er vigtige. Fondens tilgang består dels af et "Push" i form af investering i ny viden og formidling vedrørende primærsektoren og dels af et "Pull" i form af investering i afsætningsfremmende indsatser.

Projekterne har skriftligt skullet redegøre for, om projekterne har afstedkommet de resultater, der forventedes i forbindelse med ansøgningen til fonden. Herudover har projekterne skullet sandsynliggøre, dels hvilke effekter det enkelte projekt har for primærproducenten, dels hvilke effekter projektet har for samfundet som helhed. På baggrund af ovenstående er der udarbejdet en effektvurderingsrapport, som fremlægges for bestyrelsen i forlængelse af årsregnskabet.

Med henvisning til § 23, stk. 2, i administrationsbekendtgørelsen redegøres i det følgende for projekternes vurdering af projekternes resultatopnåelse samt fondens monitorering af de udvalgte effektmål, som fremgår af fondens strategi.

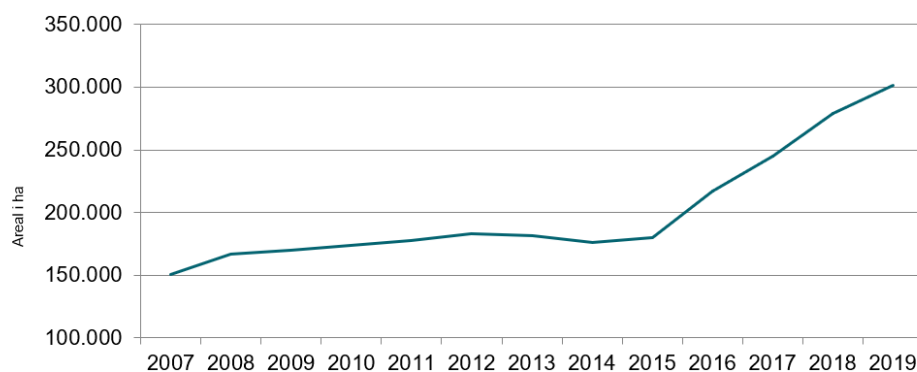
Størstedelen af projekterne vurderer, at de har opnået alle eller de fleste af de resultater, som de forventede, da projektet blev igangsat. 25 pct. af projekterne vurderer, at alle de forventede resultater er opnået, mens 68 pct. vurderer, at de fleste forventede resultater er opnået, jf. figur 1 nedenfor. Det er bestyrelsens vurdering, at 93 pct. af projekterne dermed grundlæggende lever op til de mål, der er sat, og som fonden har bevilget midler til. Der henvises til fondens effektvurderingsrapport for en nærmere gennemgang af projekternes afrapportering.

Figur 1. Leveranceopnåelse (n=28)

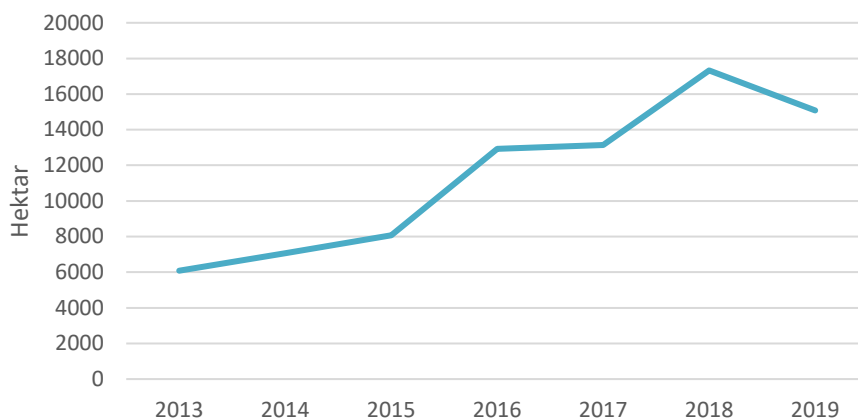


Fonden lægger vægt på, at de støttede projekter skaber leverancer og resultater, og at de får den forventede effekt til gavn for de økologiske producenter. Til brug for monitorering af fondens effekter har bestyrelsen udvalgt indikatorer, dels vedrørende udviklingen i primærsektoren, dels udviklingen på afsætningssiden. Bestyrelsen har i forbindelse med årsregnskabet 2019 gjort foreløbig status og har på den baggrund konkluderet, at fonden med de bevilgede projekter har været med til at bidrage til sektorens fortsatte udvikling, og at fonden dermed har levet op til sit formål. Læringen fra udviklingen i indikatorerne anvendes i udviklingen af fondens strategi.

### Udvikling i det økologiske areal (inkl. areal under omlægning)

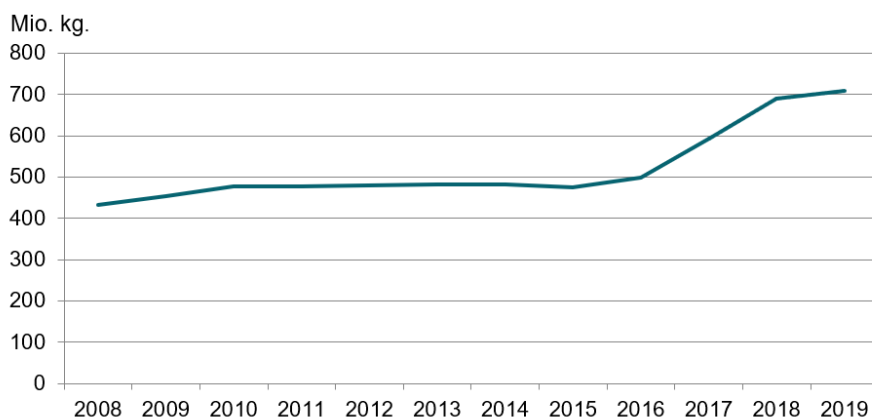


### Proteinareal i alt, inkl. ærtehelhedsæd

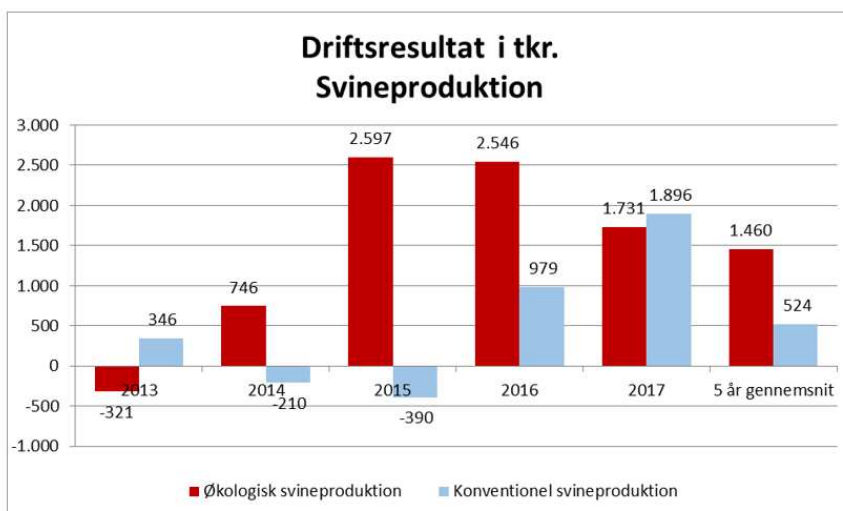
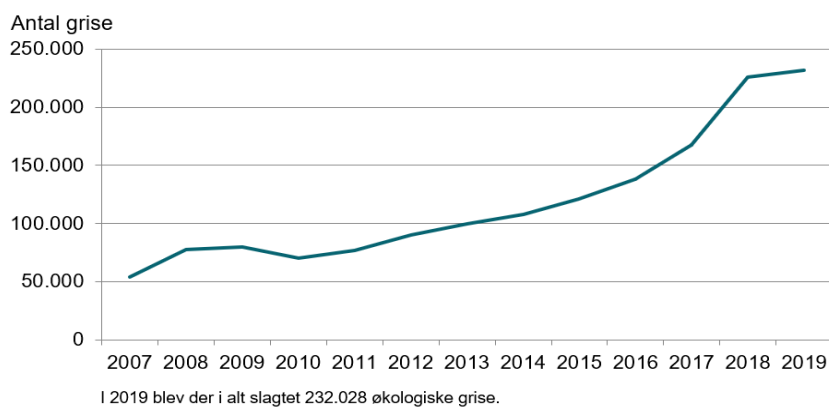




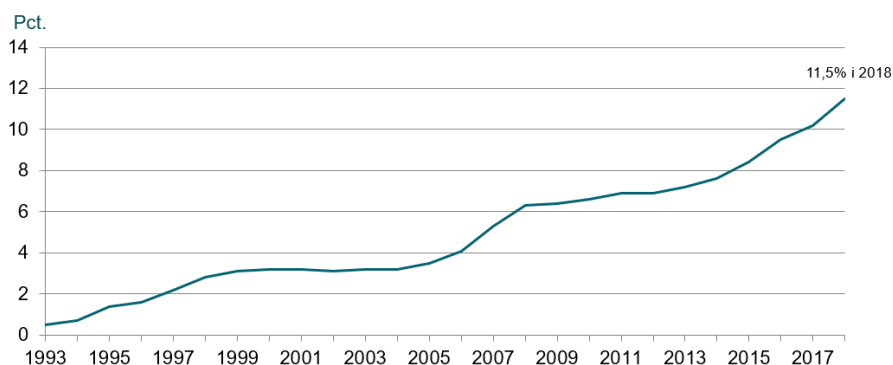
## Produktion af økologisk mælk, 2008 - 2019



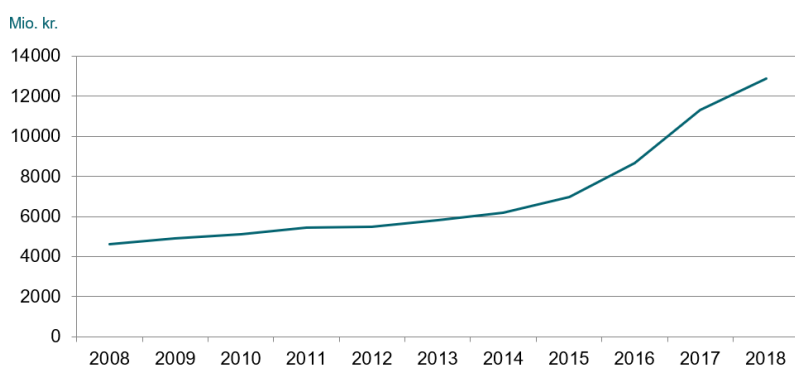
## Økologiske slagtegrise, 2007 – 2019



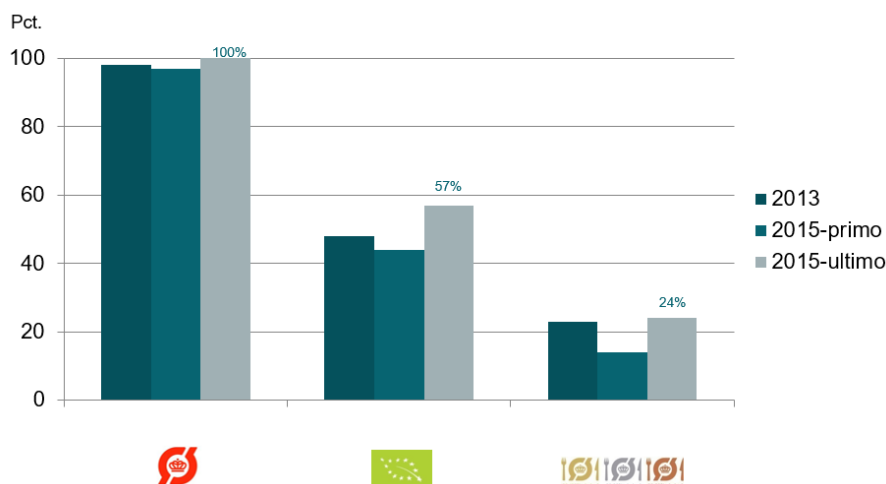
## Udvikling i økologisk markedsandel i detailhandlen i Danmark



## Omsætning af økologi i detail- og onlinehandel



## Kendskab til økologimærkerne



## Fondens egenkontrol

Fonden skal i henhold til §24 i administrationsbekendelsen nr. 1663 af 14. december 2018 sørge for at der udføres egenkontrol, der sikrer, at tilskudsforvaltningen er i overensstemmelse med de forvaltningsmæssige regler og principper, som beskrevet i Finansministeriets vejledning om effektiv tilskudsforvaltning.

Fondens egenkontrol er beskrevet i et egenkontrolprogram. I henhold til administrationsbekendtgørelsen er resultatet af den udførte egenkontrol blevet opsummeret i en rapport for kalenderåret 2019. Den revisorattesterede rapport skal i henhold til §25, stk. 5 indsendes til Landbrugsstyrelsen sammen med årsregnskabet. I ledelsesberetningen til årsregnskabet skal der redegøres for resultatet af den udførte egenkontrol.

Det er i fondens egenkontrolrapport 2019 konkluderet, at fondens tilskudsforvaltning i 2019 i al væsentlighed har levet op til de forvaltningsretlige regler og principper som beskrevet i Finansministeriets vejledning om effektiv tilskudsforvaltning, samt landbrugsstøtteleven, administrationsbekendtgørelsen og øvrig lovgivning.

## Ledelsespåtegning

Bestyrelsen og administrator har dags dato behandlet og godkendt årsregnskab for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2019 for Fonden for økologisk landbrug.

Årsregnskabet er aflagt i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse nr. 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde m.v. inden for jordbrugsområdet.

Det er vores opfattelse, at årsregnskabet giver et retvisende billede af fondens aktiver, passiver og finansielle stilling pr. 31. december 2019 samt af resultatet af fondens aktiviteter for regnskabsåret.

Det er vores opfattelse, at der er etableret forretningsgange og interne kontroller, der understøtter, at de dispositioner, der er omfattet af årsregnskabet, er i overensstemmelse med meddelte bevillinger, love og andre forskrifter samt med indgåede aftaler og sædvanlig praksis.

Ledelsesberetningen indeholder endvidere efter vores opfattelse en retvisende redegørelse for de forhold, beretningen vedrører.

Årsregnskabet godkendes hermed.

København, 29. juni 2020

### Administrator

---

Hanne Elkjær

### Bestyrelse

|                                |                                     |                          |
|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| <hr/> Poul Pedersen<br>Formand | <hr/> Jørgen Eriksen<br>Næstformand | <hr/> Camilla Udsen      |
| <hr/> Hans-Erik Jørgensen      | <hr/> Jens Otto Rasmussen           | <hr/> Jesper Lund-Larsen |
| <hr/> Lis Roborg               | <hr/> Mads Helms                    | <hr/> Per Kølster        |
| <hr/> Thomas Helle             | <hr/> Uffe Bie                      | <hr/> Vibeke Langer      |

# Den uafhængige revisors revisionspåtegning

Til bestyrelsen for Fonden for økologisk landbrug

## Revisionspåtegning på årsregnskabet

### Konklusion

Vi har revideret årsregnskabet for Fonden for økologisk landbrug for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2019, der omfatter resultatopgørelse, balance og noter, herunder anvendt regnskabspraksis. Årsregnskabet udarbejdes efter bekendtgørelse 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde m.v. inden for jordbrugsområdet.

Det er vores opfattelse, at årsregnskabet giver et retvisende billede af fondens aktiver, passiver og finansielle stilling pr. 31. december 2019 samt af resultatet af fondens aktiviteter for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2019 i overensstemmelse med bekendtgørelse 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde m.v. inden for jordbrugsområdet.

### Grundlag for konklusion

Vi har udført vores revision i overensstemmelse med internationale standarder om revision og de yderligere krav, der er gældende i Danmark, samt standarderne for offentlig revision, idet revisionen udføres på grundlag af bestemmelserne i bekendtgørelse 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde m.v. inden for jordbrugsområdet. Vores ansvar ifølge disse standarder og krav er nærmere beskrevet i revisionspåtegningens afsnit "Revisors ansvar for revisionen af årsregnskabet". Vi er uafhængige af fonden i overensstemmelse med internationale etiske regler for revisorer (IESBA's etiske regler) og de yderligere krav, der er gældende i Danmark, ligesom vi har opfyldt vores øvrige etiske forpligtelser i henhold til disse regler og krav. Det er vores opfattelse, at det opnåede revisionsbevis er tilstrækkeligt og egnet som grundlag for vores konklusion.

### Fremhævelse af forhold vedrørende revisionen

Fonden har som sammenligningstal til indtægter og udgifter, noter samt supplerende oplysninger medtaget godkendte budgetter. Budgetterne har, som det fremgår af årsregnskabet, ikke været underlagt revision.

### Ledelsens ansvar for årsregnskabet

Ledelsen har ansvaret for udarbejdelsen af et årsregnskab, der giver et retvisende billede i overensstemmelse med bekendtgørelse 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde m.v. inden for jordbrugsområdet. Ledelsen har endvidere ansvaret for den interne kontrol, som ledelsen anser for nødvendig for at udarbejde et årsregnskab uden væsentlig fejlinformation, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl.

Ved udarbejdelsen af årsregnskabet er ledelsen ansvarlig for at vurdere fondens evne til at fortsætte driften; at oplyse om forhold vedrørende fortsat drift, hvor dette er relevant; samt at udarbejde årsregnskabet på grundlag af regnskabsprincippet om fortsat drift, medmindre ledelsen enten har til hensigt at likvidere fonden, indstille driften eller ikke har andet realistisk alternativ end at gøre dette.

### Revisors ansvar for revisionen af årsregnskabet

Vores mål er at opnå høj grad af sikkerhed for, om årsregnskabet som helhed er uden væsentlig fejlinformation, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl, og at afgive en revisionspåtegning med en konklusion. Høj grad af sikkerhed er et højt niveau af sikkerhed, men er ikke en garanti for, at en revision, der udføres i overensstemmelse med internationale standarder om revision og de yderligere krav, der er gældende i Danmark, samt standarderne for offentlig revision, altid vil afdække væsentlig fejlinformation, når sådan findes. Fejlinformationer kan opstå som følge af besvigelser eller fejl og kan betragtes som væsentlige, hvis det med rimelighed kan forventes, at de enkeltvis eller samlet har indflydelse på de økonomiske beslutninger, som regnskabsbrugerne træffer på grundlag af årsregnskabet.

Som led i en revision, der udføres i overensstemmelse med internationale standarder om revision og de yderligere krav, der er gældende i Danmark, samt standarderne for offentlig revision, foretager vi faglige vurderinger og opretholder professionel skepsis under revisionen. Herudover:

- Identificerer og vurderer vi risikoen for væsentlig fejlinformation i årsregnskabet, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl, udformer og udfører revisionshandlinger som reaktion på disse risici samt opnår revisionsbevis, der er tilstrækkeligt og egnet til at danne grundlag for vores konklusion. Risikoen for ikke at opdage væsentlig fejlinformation forårsaget af besvigelser er højere end ved væsentlig fejlinformation forårsaget af fejl, idet besvigelser kan omfatte sammensværgelser, dokumentfalsk, bevidste udeladelser, vildledning eller tilsidesættelse af intern kontrol.
- Opnår vi forståelse af den interne kontrol med relevans for revisionen for at kunne udforme revisionshandlinger, der er passende efter omstændighederne, men ikke for at kunne udtrykke en konklusion om effektiviteten af fondens interne kontrol.
- Tager vi stilling til, om den regnskabspraksis, som er anvendt af ledelsen, er passende, samt om de regnskabsmæssige skøn og tilknyttede oplysninger, som ledelsen har udarbejdet, er rimelige.
- Konkluderer vi, om ledelsens udarbejdelse af årsregnskabet på grundlag af regnskabsprincippet om fortsat drift er passende, samt om der på grundlag af det opnåede revisionsbevis er væsentlig usikkerhed forbundet med begivenheder eller forhold, der kan skabe betydelig tvivl om fondens evne til at fortsætte driften. Hvis vi konkluderer, at der er en væsentlig usikkerhed, skal vi i vores revisionspåtegning gøre opmærksom på oplysninger herom i årsregnskabet eller, hvis sådanne oplysninger ikke er tilstrækkelige, modificere vores konklusion. Vores konklusioner er baseret på det revisionsbevis, der er opnået frem til datoen for vores revisionspåtegning. Fremtidige begivenheder eller forhold kan dog medføre, at fonden ikke længere kan fortsætte driften.
- Tager vi stilling til den samlede præsentation, struktur og indhold af årsregnskabet, herunder noteoplysningerne, samt om årsregnskabet afspejler de underliggende transaktioner og begivenheder på en sådan måde, at der gives et retvisende billede heraf.

Vi kommunikerer med den øverste ledelse om blandt andet det planlagte omfang og den tidsmæssige placering af revisionen samt betydelige revisionsmæssige observationer, herunder eventuelle betydelige mangler i intern kontrol, som vi identificerer under revisionen.

### **Udtalelse om ledelsesberetningen**

Ledelsen er ansvarlig for ledelsesberetningen.

Vores konklusion om årsregnskabet omfatter ikke ledelsesberetningen, og vi udtrykker ingen form for konklusion med sikkerhed om ledelsesberetningen.

I tilknytning til vores revision af årsregnskabet er det vores ansvar at læse ledelsesberetningen og i den forbindelse overveje, om ledelsesberetningen er væsentligt inkonsistent med årsregnskabet eller vores viden opnået ved revisionen eller på anden måde synes at indeholde væsentlig fejlinformation.

Vores ansvar er derudover at overveje, om ledelsesberetningen indeholder krævede oplysninger i henhold til bekendtgørelse 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde m.v. inden for jordbrugs- og fiskeriområdets regler.

Baseret på det udførte arbejde er det vores opfattelse, at ledelsesberetningen er i overensstemmelse med årsregnskabet og er udarbejdet i overensstemmelse med kravene i bekendtgørelse 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde m.v. inden for jordbrugsområdet. Vi har ikke fundet væsentlig fejlinformation i ledelsesberetningen.

## Erklæring i henhold til anden lovgivning og øvrig regulering

### Udtalelse om juridisk-kritisk revision og forvaltningsrevision

Ledelsen er ansvarlig for, at de dispositioner, der er omfattet af regnskabsaflæggelsen, er i overensstemmelse med meddelte bevillinger, love og andre forskrifter samt med indgåede aftaler og sædvanlig praksis. Ledelsen er også ansvarlig for, at der er taget skyldige økonomiske hensyn ved forvaltningen af de midler og driften af de virksomheder, der er omfattet af årsregnskabet. Ledelsen har i den forbindelse ansvar for at etablere systemer og processer, der understøtter sparsommelighed, produktivitet og effektivitet.

I tilknytning til vores revision af årsregnskabet er det vores ansvar at gennemføre juridisk-kritisk revision og forvaltningsrevision af udvalgte emner i overensstemmelse med standarderne for offentlig revision. I vores juridisk-kritiske revision efterprøver vi med høj grad af sikkerhed for de udvalgte emner, om de undersøgte dispositioner, der er omfattet af regnskabsaflæggelsen, er i overensstemmelse med de relevante bestemmelser i bevillinger, love og andre forskrifter samt indgåede aftaler og sædvanlig praksis. I vores forvaltningsrevision vurderer vi med høj grad af sikkerhed, om de undersøgte systemer, processer eller dispositioner understøtter skyldige økonomiske hensyn ved forvaltningen af de midler og driften af de virksomheder, der er omfattet af årsregnskabet.

Hvis vi på grundlag af det udførte arbejde konkluderer, at der er anledning til væsentlige kritiske bemærkninger, skal vi rapportere herom i denne udtalelse.

Vi har ingen væsentlige kritiske bemærkninger at rapportere i den forbindelse.

København, 29. juni 2020

### Deloitte

Statsautoriseret Revisionspartnerselskab

CVR-nr.: 33 96 35 56

---

John Hauschildt Ladekarl  
statsautoriseret revisor  
MNE-nr.: mne9937

## Anvendt regnskabspraksis

Årsregnskabet for perioden 1. januar – 31. december 2019 er udarbejdet i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse nr. 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde mv. inden for jordbrugsområdet.

Den anvendte regnskabspraksis er uændret i forhold til sidste år.

Regnskabet er opdelt i et hovedskema inkl. balancen samt noter og supplerende oplysninger for anvendelsen af de fondens midler.

### Resultatopgørelsen

#### Indtægter

Indtægter er periodiseret i fuldt omfang.

#### Udgifter

Bevilgede tilskud er udgiftsført i henhold til indkomne tilskudsregnskaber udarbejdet i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse nr. 1663 af 14. december 2018 om administration og revision af promille- og produktionsafgiftsfonde mv. inden for jordbrugsområdet.

### Balancen

#### Tilgodehavende tilskud

Tilgodehavende tilskud er afsat i forhold til indkomne tilskudsregnskaber fratrasket udbetalt tilskud i løbet af bevillingsåret.

Derudover indgår der tilgodehavende tilskud vedrørende projekter, som er udbetalt i bevillingsåret, og hvor der er godkendt en projektførlængelse. Det projektførlængede tilskud er overført til næste bevillingsår.

#### Skyldige tilskud

Skyldige tilskud er afsat i forhold til indkomne tilskudsregnskaber fratrasket tidligere udbetalt tilskud i løbet af bevillingsåret.



## Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

| Beløb i 1000 kr.                                             | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Relativ<br>fordeling<br>af B i % | Ændring<br>A => B 100*(B-<br>A)/A |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Note                                                         | A                                          | B             | C                                | D                                 |
| <b>INDTÆGTER:</b>                                            |                                            |               |                                  |                                   |
| Overført fra forrige år                                      | 35.926                                     | 35.926        |                                  | 0,0                               |
| 1 Produktionsafgifter                                        | 0                                          | 0             |                                  | -                                 |
| 2 Promillemidler                                             | 10.000                                     | 10.000        |                                  | 0,0                               |
| 3 Særbevilling og anden indtægt                              | 30.000                                     | 31.059        |                                  | 3,5                               |
| 4 Renter                                                     | -80                                        | -87           |                                  | 8,8                               |
| <b>I. Indtægter i alt</b>                                    | <b>75.846</b>                              | <b>76.898</b> |                                  | <b>6,0</b>                        |
| <b>UDGIFTER:</b>                                             |                                            |               |                                  |                                   |
| <b>Samlede tilskud fordelt på formål</b>                     |                                            |               |                                  |                                   |
| Afsætningsfremme i alt                                       | 25.673                                     | 23.378        | 64                               | -8,9                              |
| Forskning og forsøg i alt                                    | 6.225                                      | 5.581         | 15                               | -10,3                             |
| Produktudvikling i alt                                       | 0                                          | 0             | -                                | -                                 |
| Rådgivning i alt                                             | 9.944                                      | 7.341         | 20                               | -26,2                             |
| Uddannelse i alt                                             | 529                                        | 259           | 1                                | -51,0                             |
| Sygdomsforebyggelse i alt                                    | 0                                          | 0             | -                                | -                                 |
| Sygdomsbekæmpelse i alt                                      | 0                                          | 0             | -                                | -                                 |
| Dyrevelfærd i alt                                            | 0                                          | 0             | -                                | -                                 |
| Kontrol i alt                                                | 0                                          | 0             | -                                | -                                 |
| 5 Særlige foranstaltninger i alt                             | 0                                          | 0             | -                                | -                                 |
| Medfinansiering af initiativer under EU-<br>programmer i alt | 53                                         | 35            | 0                                | -34,0                             |
| <b>11 II. Udgifter til formål i alt</b>                      | <b>42.424</b>                              | <b>36.594</b> | <b>100,0</b>                     | <b>-13,7</b>                      |
| <b>6 Fondsadministration</b>                                 |                                            |               |                                  |                                   |
| 7 Fondsadministration - særpuljer                            | 300                                        | 366           | 32                               | 22,0                              |
| Revision                                                     | 150                                        | 141           | 16                               | -6,0                              |
| Advokatbistand                                               | 55                                         | 38            | 6                                | -30,9                             |
| 12 Effektvurdering                                           | 60                                         | 1             | 6                                | -98,3                             |
| Ekstern projektvurdering                                     | 0                                          | 0             | -                                | -                                 |
| 8 Bestyrelseshonorar/ beforderingsgodtgørelse                | 369                                        | 370           | 40                               | 0,3                               |
| 9 Tab på debitorer                                           | 0                                          | 500           | -                                | -                                 |
| <b>III. Administration i alt</b>                             | <b>934</b>                                 | <b>1.416</b>  | <b>100</b>                       | <b>0,0</b>                        |
| <b>IV. Udgifter i alt</b>                                    | <b>43.358</b>                              | <b>38.010</b> | <b>200</b>                       | <b>4,4</b>                        |
| <b>13 Overførsel til næste år</b>                            | <b>32.488</b>                              | <b>38.888</b> |                                  | <b>19,7</b>                       |
| Overførsel til næste år i pct. af årets udgift               | 74,9                                       | 102,3         |                                  | 36,5                              |
| <b>10 Heraf udisponerede midler</b>                          | <b>32.488</b>                              | <b>35.928</b> |                                  |                                   |
| Overførsel af udisponerede midler i pct. af årets udgift     | 74,9                                       | 94,5          |                                  |                                   |

## Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

| Beløb i 1000 kr. | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Relativ<br>fordeling<br>af B i % | Ændring<br>A => B 100*(B-<br>A)/A |
|------------------|--------------------------------------------|---------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Note             | A                                          | B             | C                                | D                                 |

### Supplerende oplysninger:

#### Samlede tilskud fordelt på tilskudsmodtagere

|                 |                                                                                 |               |               |              |            |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|------------|
| 1               | Økologisk Landsforening i alt                                                   | 17.119        | 16.409        | 44,8         | -4,3       |
| 2               | Landbrug & Fødevarer i alt                                                      | 8.289         | 6.862         | 18,8         | -18,3      |
| 3               | Landbrug & Fødevarer, SEGES i alt                                               | 7.393         | 5.176         | 14,1         | -33,8      |
| 4               | Aarhus Universitet i alt                                                        | 1.935         | 1.816         | 5,0          | -6,1       |
| 5               | Organic by Nørskov/NewNordica i alt                                             | 1.349         | 1.282         | 3,5          | -5,0       |
| 6               | Food from Denmark i alt                                                         | 1.029         | 956           | 2,6          | -7,1       |
| 7               | Producersammenslutningen BAD (Bio Aus<br>Dänemark) i alt                        | 901           | 901           | 2,5          | 0,0        |
| 8               | Producersammenslutningen Fremme af<br>Økologisk Kvalitets Svinekød (FØKS) i alt | 700           | 700           | 1,9          | 0,0        |
| 9               | Randers Regnskov i alt                                                          | 600           | 481           | 1,3          | -19,8      |
| 10              | Zealand Business College i alt                                                  | 731           | 531           | 1,5          | -27,4      |
| 11              | Dansk Vegetarisk Forening (DVF) i alt                                           | 383           | 382           | 1,0          | -0,3       |
| 12              | Frugtformidlingen i alt                                                         | 375           | 287           | 0,8          | -23,5      |
| 13              | Foreningen for Biodynamisk Jordbrug i alt                                       | 536           | 282           | 0,8          | -47,4      |
| 14              | Center for Frilandsdyr i alt (tidl. Udviklingscenter<br>for Husdyr på Friland)  | 230           | 230           | 0,6          | 0,0        |
| 15              | Økologisk VKST i alt                                                            | 281           | 226           | 0,6          | -19,6      |
| 16              | Norm IVS                                                                        | 73            | 73            | 0,2          | 0,0        |
| 17              | Fonden Københavns Madhus i alt                                                  | 500           | 0             | -            | -100,0     |
| <b>V. I alt</b> |                                                                                 | <b>42.424</b> | <b>36.594</b> | <b>100,0</b> | <b>4,5</b> |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

| Beløb i 1000 kr.                                                     | Regnskab 2019 |
|----------------------------------------------------------------------|---------------|
| VI. Balance pr. 31/12                                                |               |
| <b>Aktiver i alt</b>                                                 | <b>50.792</b> |
| Bankbeholdning                                                       | 48.495        |
| Tilgodehavende tilskud i alt:                                        | 2.297         |
| Ordinær pulje i alt                                                  | 617           |
| Økologisk Landsforening, ej anvendt tilskud 2019                     | 437           |
| Landbrug & Fødevarer, ej anvendt tilskud 2019                        | 18            |
| Foreningen for Biodynamisk jordbrug, projektførlængelse til næste år | 107           |
| Økologisk Vkst, projektførlængelse til næste år                      | 55            |
| Eksportfremme i alt                                                  | 665           |
| Landbrug & Fødevarer, ej anvendt tilskud 2019                        | 355           |
| Landbrug & Fødevarer, projektførlængelse til næste år                | 291           |
| Økologisk Landsforening, ej anvendt 2019 2019                        | 19            |
| National Afsætningsfremme i alt                                      | 402           |
| Økologisk Landsforening, ej anvendt tilskud 2019                     | 107           |
| Landbrug & Fødevarer, ej anvendt tilskud 2019                        | 94            |
| Zealand Business College, ej anvendt tilskud 2019                    | 200           |
| Dansk Vegetarisk Forening, ej anvendt tilskud 2019                   | 1             |
| Viden og Kompetence i alt                                            | 613           |
| Landbrug & Fødevarer, SEGES, ej anvendt tilskud 2019                 | 566           |
| Økologisk Landsforening, ej anvendt tilskud 2019                     | 47            |
| <b>Passiver i alt</b>                                                | <b>50.792</b> |
| Revision                                                             | 156           |
| Advokat                                                              | 3             |
| Landbrug & Fødevarer                                                 | 367           |
| Skyldige tilskud i alt:                                              | <b>1.378</b>  |
| Ordinær pulje i alt                                                  | 478           |
| Landbrug & Fødevarer, SEGES                                          | 90            |
| Aarhus Universitet                                                   | 388           |
| Viden og Kompetence i alt                                            | 195           |
| Landbrug & Fødevarer                                                 | 195           |
| National Afsætning                                                   | 280           |
| Randers Regnskov                                                     | 181           |
| Frugtformidlingen                                                    | 99            |
| Eksportfremme                                                        | 425           |
| Organic by Nørskov                                                   | 203           |
| Food from Denmark                                                    | 222           |
| 14 Periodeafgrænsningsposter:                                        |               |
| Yderligere midler til år 2 i Økologiaftalen 2019-2021                | 10.000        |
| Fondskapital:                                                        |               |
| Overførsel til næste år                                              | 38.888        |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## Noter til regnskabet

### Note 1. Produktionsafgifter

Fonden opkræver ikke produktionsafgifter.

### Note 2. Promillemidler

Der er indtægter på 10 mio. kr., jf. §24.24.51 i finansloven for 2019.

### Note 3. Særbevilling og anden indtægt

Der er en indtægt på 30 mio. kr. i 2019, som led i første år i Økologiaftalen 2019-2021. Derudover er der indtægter på 1.029 t.kr. i henhold til en tillægsaftale til pesticidesaftalen. Udmøntningen af midlerne er sket ved ansøgningsrunder afviklet i 2019 og er bevilget til projekter, som gennemføres i 2020. Midlerne, som er overført fra Landbrugsstyrelsen i 2019, er ligeledes indtægtsført i 2019, idet der er anvendt midler heraf til administration i forbindelse med afviklingen af ansøgningsrunderne i 2019. Hovedparten af midlerne indgår dog i overførslen til næste år. Landbrug & Fødevarer har konstateret, at en faktura vedr. 2018 er betalt to gange. På baggrund heraf er der tilbagebetalt 30 t.kr. til fonden.

### Note 4. Renter

Som følge af renteforholdene på pengemarkedet har der været et negativt afkast af indeståender i banken.

### Note 5. Særlige foranstaltninger

Ingen bemærkninger.

### Note 6. Fondsadministration

Opgaverne vedrørende fondens sekretariat og generelle omkostninger varetages af Landbrug & Fødevarer. Omkostningerne udgør 300 t.kr., som er finansieret af Landbrug & Fødevarer. Udgifter til generel fondsadministration er ikke finansieret af fondsmidler.

### Note 7. Fondsadministration - særpuljer

Der er indgået aftale med Landbrugsstyrelsen om, at op til 2 pct. af særbevillingerne kan bruges til administration af særpuljerne.

### Note 8. Bestyrelseshonorar / befordringsgodtgørelse

Der er udgifter på 10 t.kr. til befordringsgodtgørelse til bestyrelsesmedlemmer i forbindelse med bestyrelsesmøder. Dækning af udgifter er sket efter reglerne i statens tjenesterejseaftale og i det årlige satsreguleringscirkulære. Udgifterne består af dækning af kørsel i egen bil, broafgift og togbilletter. Derudover er der udgifter på 360 t.kr. til honorar til bestyrelsesmedlemmer.

### Note 9. Tab på debitorer

Fonden Københavns Madhus fik for 2019 bevilget et tilskud på 500 t.kr. under puljen National Afsætning. Fonden Københavns Madhus gik konkurs i november 2019. Fonden rettede efterfølgende henvendelse til kurator. Der er imidlertid ikke modtaget afrapporteringer herunder tilskudsregnskab vedr. projektet. På baggrund heraf er det udbetalte tilskud i alt 500 t.kr. anført som tab på debitorer.

### Note 10. Om udisponerede midler

Forskellen på "Overførslen til næste år" og "Heraf udisponerede midler" udgør 2.960 t.kr. Baggrunden er, at fonden har projektførlænet 13 projekter, i alt 2.960 t.kr. ned henblik på at de planlagte aktiviteter færdiggøres i 2020. Hovedparter af de udisponerede midler er indgået i budgetlægningen for 2020, jf. fondens budget 2020. Der er henvises desuden til ledelsesberetningen.

### Note 11. Udgifter til formål i alt

Udgifter til formål i alt er mindre end budgetteret. Der er i ledelsesberetning redegjort herfor.

### Note 12. Effektivurdering

Fonden har haft færre udgifter til effektivurdering end budgetteret, idet fonden i løbet af året besluttede at benytte en anden metode til effektivurdering end oprindeligt forudsat ved at reducere brugen af ekstern bistand.

### Note 13. Overførsel til næste år

Der er indgået en 3-årig økologiaftale 2019-2021. Udmøntningen af puljerne for det første år af økologiaftalen er sket med afvikling af ansøgningsrunder i 2019 og bevilget til projekter, som gennemføres i 2020 og som vil blive udgiftsført i 2020. Midlerne til finansiering af 2020-projekterne er overført til fonden i 2019 og indgår derfor i overførslen fra 2019 til 2020.

### Note 14. Periodeafgrænsningsposter

Landbrugsstyrelsen har ultimo 2019 overført 10 mio. kr., som skal udmøntes ved ansøgningsrunderne som afvikles i 2020 sammen med de øvrige midler, der er afsat til år 2 i Økologiaftalen 2019-2021 til at styrke udviklingsmuligheder, konkurrenceevne og afsætningsfremme til fordel for økologisk landbrug. Midlerne bliver bevilget til projekter, som afvikles i 2021.

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## Anvendelsen af midler fordelt efter hovedformål og tilskudsmodtager

Fonden for økologisk landbrug har for 2019 bevilget tilskud til projekter under følgende puljer:

1. Fondens ordinære pulje
2. Særlig pulje: Eksportfremme
3. Særlig pulje: National afsætningsfremme
4. Særlig pulje: Viden & Kompetencer

I tabel 1 - 4 på denne og de efterfølgende sider vises anvendelsen af midlerne fordelt på landbrugs-støttelovens hovedformål.

### 1. Fondens ordinære pulje

| Beløb i 1.000 kr.                                               | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Relativ<br>fordeling<br>af B i % | Ændring<br>A => B 100*(B-<br>A)/A i % |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------|----------------------------------|---------------------------------------|
|                                                                 |                                            | B             | C                                | D                                     |
| <b>Samlede tilskud fordelt på formål</b>                        |                                            |               |                                  |                                       |
| 1 Afsætningsfremme i alt                                        | 1.446                                      | 1.350         | 13                               | -6,6                                  |
| 2 Forskning og forsøg i alt                                     | 6.225                                      | 5.581         | 54                               | -10,3                                 |
| 3 Produktudvikling i alt                                        | 0                                          | 0             | -                                | -                                     |
| 4 Rådgivning i alt                                              | 4.066                                      | 3.200         | 31                               | -21,3                                 |
| 5 Uddannelse i alt                                              | 529                                        | 259           | 2                                | -51,0                                 |
| 6 Sygdomsforebyggelse i alt                                     | 0                                          | 0             | -                                | -                                     |
| 7 Sygdomsbekæmpelse i alt                                       | 0                                          | 0             | -                                | -                                     |
| 8 Dyrevelfærd i alt                                             | 0                                          | 0             | -                                | -                                     |
| 9 Kontrol i alt                                                 | 0                                          | 0             | -                                | -                                     |
| 10 Særlige foranstaltninger i alt                               | 0                                          | 0             | -                                | -                                     |
| 11 Medfinansiering af initiativer under EU-<br>programmer i alt | 53                                         | 35            | 0                                | -34,0                                 |
| <b>Tilskud til formål i alt</b>                                 | <b>12.319</b>                              | <b>10.425</b> | <b>100</b>                       | <b>-15,4</b>                          |

### Samlet tilskud fordelt på tilskudsmodtagere

|                                                                                  |               |               |            |              |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|------------|--------------|
| 1 Økologisk Landsforening i alt                                                  | 4.822         | 4.285         | 41         | -11,1        |
| 2 Landbrug & Fødevarer, SEGES i alt                                              | 3.281         | 2.711         | 26         | -17,4        |
| 3 Aarhus Universitet i alt                                                       | 1.935         | 1.816         | 17         | -6,1         |
| 4 Landbrug & Fødevarer i alt                                                     | 1.475         | 1.116         | 11         | -24,3        |
| 5 Foreningen for Biodynamisk Jordbrug i alt                                      | 295           | 41            | 0          | -86,1        |
| 6 Økologisk VKST i alt                                                           | 281           | 226           | 2          | -19,6        |
| 7 Center for Frilandsdyr i alt (tidl.<br>Udviklingscenter for Husdyr på Friland) | 230           | 230           | 2          | 0,0          |
| 8 Agrologica i alt                                                               | 0             | 0             | -          | -            |
| 9 GartneriRådgivningen i alt                                                     | 0             | 0             | -          | -            |
| 10 Danmarks Biavlforening i alt                                                  | 0             | 0             | -          | -            |
| <b>Tilskud i alt</b>                                                             | <b>12.319</b> | <b>10.425</b> | <b>100</b> | <b>-15,4</b> |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## Anvendelsen af midler fordelt efter hovedformål og tilskudsmodtager

### 2. Særlig pulje: Økologisk eksportfremme

| Beløb i 1.000 kr. | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Relativ<br>fordeling<br>af B i % | Ændring<br>A => B 100*(B-<br>A)/A i % |
|-------------------|--------------------------------------------|---------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| 1.000 kr.         | A                                          | B             | C                                | D                                     |

#### Samlede tilskud fordelt på formål

|                                                                 |               |               |            |             |
|-----------------------------------------------------------------|---------------|---------------|------------|-------------|
| 1 Afsætningsfremme i alt                                        | 11.763        | 10.854        | 100        | -7,7        |
| 2 Forskning og forsøg i alt                                     | 0             | 0             | -          | -           |
| 3 Produktudvikling i alt                                        | 0             | 0             | -          | -           |
| 4 Rådgivning i alt                                              | 0             | 0             | -          | -           |
| 5 Uddannelse i alt                                              | 0             | 0             | -          | -           |
| 6 Sygdomsforebyggelse i alt                                     | 0             | 0             | -          | -           |
| 7 Sygdomsbekæmpelse i alt                                       | 0             | 0             | -          | -           |
| 8 Dyrevelfærd i alt                                             | 0             | 0             | -          | -           |
| 9 Kontrol i alt                                                 | 0             | 0             | -          | -           |
| 10 Særlige foranstaltninger i alt                               | 0             | 0             | -          | -           |
| 11 Medfinansiering af initiativer under EU-<br>programmer i alt | 0             | 0             | -          | -           |
| <b>Tilskud til formål i alt</b>                                 | <b>11.763</b> | <b>10.854</b> | <b>100</b> | <b>-7,7</b> |

#### Samlet tilskud fordelt på tilskudsmodtagere

|                                                             |               |               |            |             |
|-------------------------------------------------------------|---------------|---------------|------------|-------------|
| 1 Økologisk Landsforening i alt                             | 5.184         | 5.165         | 48         | -0,4        |
| 2 Landbrug & Fødevarer i alt                                | 3.300         | 2.550         | 23         | -22,7       |
| 3 Organic by Nørskov/NewNordica i alt                       | 1.349         | 1.282         | 12         | -5,0        |
| 4 Food from Denmark i alt                                   | 1.029         | 956           | 9          | -7,1        |
| 5 Producentsammenslutningen BAD (Bio Aus<br>Dänemark) i alt | 901           | 901           | 8          | 0,0         |
| <b>Tilskud i alt</b>                                        | <b>11.763</b> | <b>10.854</b> | <b>100</b> | <b>-7,7</b> |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## Anvendelsen af midler fordelt efter hovedformål og tilskudsmodtager

### 3. Særlig pulje: National Afsætningsfremme

| Beløb i 1.000 kr. | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Relativ<br>fordeling<br>af B i % | Ændring<br>A => B 100*(B-<br>A)/A i % |
|-------------------|--------------------------------------------|---------------|----------------------------------|---------------------------------------|
|                   | A                                          | B             | C                                | D                                     |

#### Samlede tilskud fordelt på formål

|                                                                 |               |               |            |              |
|-----------------------------------------------------------------|---------------|---------------|------------|--------------|
| 1 Afsætningsfremme i alt                                        | 12.464        | 11.174        | 100        | -10,3        |
| 2 Forskning og forsøg i alt                                     | 0             | 0             | -          | -            |
| 3 Produktudvikling i alt                                        | 0             | 0             | -          | -            |
| 4 Rådgivning i alt                                              | 0             | 0             | -          | -            |
| 5 Uddannelse i alt                                              | 0             | 0             | -          | -            |
| 6 Sygdomsforebyggelse i alt                                     | 0             | 0             | -          | -            |
| 7 Sygdomsbekæmpelse i alt                                       | 0             | 0             | -          | -            |
| 8 Dyrevelfærd i alt                                             | 0             | 0             | -          | -            |
| 9 Kontrol i alt                                                 | 0             | 0             | -          | -            |
| 10 Særlige foranstaltninger i alt                               | 0             | 0             | -          | -            |
| 11 Medfinansiering af initiativer under EU-<br>programmer i alt | 0             | 0             | -          | -            |
| <b>Tilskud til formål i alt</b>                                 | <b>12.464</b> | <b>11.174</b> | <b>100</b> | <b>-10,3</b> |

#### Samlet tilskud fordelt på tilskudsmodtagere

|                                                                                      |               |               |            |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|------------|--------------|
| 1 Økologisk Landsforening i alt                                                      | 5.364         | 5.257         | 47         | -2,0         |
| 2 Landbrug & Fødevarer i alt                                                         | 3.038         | 2.763         | 25         | -9,1         |
| 3 Zealand Business College i alt                                                     | 731           | 531           | 5          | -27,4        |
| 4 Producentensammenslutningen Fremme af<br>Økologisk Kvalitets Svinekød (FØKS) i alt | 700           | 700           | 6          | 0,0          |
| 5 Landbrug & Fødevarer, SEGES i alt                                                  | 700           | 700           | 6          | 0,0          |
| 6 Randers Regnskov i alt                                                             | 600           | 481           | 4          | -19,8        |
| 7 Fonden Københavns Madhus i alt                                                     | 500           | 0             | -          | -100,0       |
| 8 Dansk Vegetarisk Forening (DVF) i alt                                              | 383           | 382           | 3          | -0,3         |
| 9 Frugtformidlingen i alt                                                            | 375           | 287           | 3          | -23,5        |
| 10 Norm IVS                                                                          | 73            | 73            | 1          | 0,0          |
| <b>Tilskud i alt</b>                                                                 | <b>12.464</b> | <b>11.174</b> | <b>100</b> | <b>-10,3</b> |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## Anvendelsen af midler fordelt efter hovedformål og tilskudsmodtager

### 4. Særlig pulje: Viden & Kompetencer

| Beløb i 1.000 kr. | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Relativ<br>fordeling<br>af B i % | Ændring<br>A => B 100*(B-<br>A)/A i % |
|-------------------|--------------------------------------------|---------------|----------------------------------|---------------------------------------|
|                   | A                                          | B             | C                                | D                                     |

#### Samlede tilskud fordelt på formål

|                                                                 |              |              |            |            |
|-----------------------------------------------------------------|--------------|--------------|------------|------------|
| 1 Afsætningsfremme i alt                                        | 0            | 0            | -          | -          |
| 2 Forskning og forsøg i alt                                     | 0            | 0            | -          | -          |
| 3 Produktudvikling i alt                                        | 0            | 0            | -          | -          |
| 4 Rådgivning i alt                                              | 5.878        | 4.141        | 100        | -29,6      |
| 5 Uddannelse i alt                                              | 0            | 0            | -          | -          |
| 6 Sygdomsforebyggelse i alt                                     | 0            | 0            | -          | -          |
| 7 Sygdomsbekæmpelse i alt                                       | 0            | 0            | -          | -          |
| 8 Dyrevelfærd i alt                                             | 0            | 0            | -          | -          |
| 9 Kontrol i alt                                                 | 0            | 0            | -          | -          |
| 10 Særlige foranstaltninger i alt                               | 0            | 0            | -          | -          |
| 11 Medfinansiering af initiativer under EU-<br>programmer i alt | 0            | 0            | -          | -          |
| <b>Tilskud til formål i alt</b>                                 | <b>5.878</b> | <b>4.141</b> | <b>100</b> | <b>0,0</b> |

#### Samlet tilskud fordelt på tilskudsmodtagere

|                                             |              |              |            |              |
|---------------------------------------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| 1 Landbrug & Fødevarer, SEGES i alt         | 3.412        | 1.765        | 43         | -48,3        |
| 2 Økologisk Landsforening i alt             | 1.749        | 1.702        | 41         | -2,7         |
| 3 Landbrug & Fødevarer i alt                | 476          | 433          | 10         | -9,0         |
| 4 Foreningen for Biodynamisk Jordbrug i alt | 241          | 241          | 6          | 0,0          |
| <b>Tilskud i alt</b>                        | <b>5.878</b> | <b>4.141</b> | <b>100</b> | <b>-29,6</b> |



# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## 1. Fondens ordinære pulje

| Beløb i 1000 kr. | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Specifikation af<br>anvendt<br>statsstøtterege |
|------------------|--------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------|
| Note             |                                            |               |                                                |

## VI. Aktiviteter fordelt på tilskudsmodtagere

|                                                                                                                                       |              |              |                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|----------------|
| <b>Økologisk Landsforening i alt</b>                                                                                                  | <b>4.822</b> | <b>4.285</b> |                |
| <b>Forskning og forsøg</b>                                                                                                            |              |              |                |
| 1 Recirkulering – fra affald til bedre økologisk næringsstofforsyning                                                                 | 700          | 700          | §4             |
| 2 KLIMALANDMAND – værktøj til klimahandling på bedriften                                                                              | 600          | 591          | §4             |
| 3 InTRÆgrer 2.0 – integration af træer i økologisk landbrug                                                                           | 550          | 550          | §4             |
| 4 Carbon-Farm – Bæredygtige dyrkningssystemer i landbrug                                                                              | 265          | 244          | §4             |
| 5 Flere sunde og bitre grønsager til foodservice sektoren og forbrugeren (Bitter-Sund)                                                | 116          | 94           | §4             |
| <b>Forskning og forsøg i alt</b>                                                                                                      | <b>2.231</b> | <b>2.179</b> |                |
| <b>Rådgivning</b>                                                                                                                     |              |              |                |
| 6 Styr på den økologiske jordfrugtbarhed                                                                                              | 550          | 458          | §2             |
| 7 Værdiskabelse via samspil med vandværker og kommuner: Klima, drikkevandsbeskyttelse, naturpleje og recirkulering af næringsstoffer. | 477          | 462          | ej statsstøtte |
| 8 Alternative innovative dyrkningssystemer i landbruget                                                                               | 400          | 307          | §2             |
| 9 Udvikling af mobile staldsystemer – med fokus på svin og fjerkræ                                                                    | 250          | 0            | §2             |
| 10 Næringsstofforsyning til højere udbytter (NutHY)                                                                                   | 214          | 195          | §2             |
| 11 Topkvalitet i økologiske spisekartofler                                                                                            | 200          | 191          | §2             |
| <b>Rådgivning i alt</b>                                                                                                               | <b>2.091</b> | <b>1.613</b> |                |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                                                               |              |              |                |
| 12 Økodag 2019                                                                                                                        | 500          | 493          | §6             |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                                                                         | <b>500</b>   | <b>493</b>   |                |
| <b>Landbrug &amp; Fødevarer, SEGES i alt</b>                                                                                          | <b>3.281</b> | <b>2.711</b> |                |
| <b>Rådgivning</b>                                                                                                                     |              |              |                |
| 13 At mestre det økologiske håndværk – Økologikongres 2019                                                                            | 650          | 650          | §2             |
| 14 Økologer som naturhåndværkere                                                                                                      | 600          | 530          | §2             |
| 15 Økologisk produktion af kalkun, and og gås                                                                                         | 149          | 140          | §2             |
| <b>Rådgivning i alt</b>                                                                                                               | <b>1.399</b> | <b>1.320</b> |                |
| <b>Forskning og forsøg</b>                                                                                                            |              |              |                |
| 16 Økologiske markforsøg til udvikling af økologien                                                                                   | 800          | 676          | §4             |
| 17 Kortlægning af smittepres i økologisk svineproduktion                                                                              | 694          | 384          | §4             |
| 18 Bælgplanter - i pagt med de underjordiske                                                                                          | 335          | 296          | §4             |
| <b>Forskning og forsøg i alt</b>                                                                                                      | <b>1.829</b> | <b>1.356</b> |                |
| <b>Medfinansiering af initiativer under EU-programmer</b>                                                                             |              |              |                |
| 19 Forsøgsviden om økologisk kløvergræsproduktion                                                                                     | 53           | 35           | LDP            |
| <b>Medfinansiering af initiativer under EU-programmer i alt</b>                                                                       | <b>53</b>    | <b>35</b>    |                |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## 1. Fondens ordinære pulje

| Beløb i 1000 kr.                                                               |                                                                                                          | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Specifikation af<br>anvendt<br>statsstøtteregel |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------|
| Note                                                                           |                                                                                                          |                                            |               |                                                 |
| Aarhus Universitet i alt                                                       |                                                                                                          | 1.935                                      | 1.816         |                                                 |
| Forskning og forsøg                                                            |                                                                                                          |                                            |               |                                                 |
| 20                                                                             | Græsmælk                                                                                                 | 600                                        | 595           | \$4                                             |
| 21                                                                             | GreenPork – Økologisk svinekød produceret med græs-protein                                               | 544                                        | 544           | \$4                                             |
| 22                                                                             | Udvikling af økologiske mælkeproduktionssystemer med<br>forlænget ko-kalv-samvær i mælkefodringsperioden | 415                                        | 301           | \$4                                             |
| 23                                                                             | Kortlægning af dansk økologisk mejerimælk - Danmilk                                                      | 376                                        | 376           | \$4                                             |
| Forskning og forsøg i alt                                                      |                                                                                                          | 1.935                                      | 1.816         |                                                 |
| Landbrug & Fødevarer i alt                                                     |                                                                                                          | 1.475                                      | 1.116         |                                                 |
| Afsætningsfremme                                                               |                                                                                                          |                                            |               |                                                 |
| 24                                                                             | Økologi på uddannelser                                                                                   | 946                                        | 857           | \$6                                             |
| Afsætningsfremme i alt                                                         |                                                                                                          | 946                                        | 857           |                                                 |
| Uddannelse                                                                     |                                                                                                          |                                            |               |                                                 |
| 25                                                                             | Økoboost til fremtidens landmænd                                                                         | 250                                        | 0             | \$2                                             |
| 26                                                                             | Økologi for de mindste – til grundskolens 1. - 3. klasse                                                 | 279                                        | 259           | \$6                                             |
| Uddannelse i alt                                                               |                                                                                                          | 529                                        | 259           |                                                 |
| Center for Frilandsdyr i alt (tidl. Udviklingscenter for Husdyr på<br>Friland) |                                                                                                          | 230                                        | 230           |                                                 |
| Forskning og forsøg                                                            |                                                                                                          |                                            |               |                                                 |
| 27                                                                             | Øget produktion af øko-ungtyre af malkekvægsrace                                                         | 230                                        | 230           | \$4                                             |
| Forskning og forsøg i alt                                                      |                                                                                                          | 230                                        | 230           |                                                 |
| Økologisk VKST i alt                                                           |                                                                                                          | 281                                        | 226           |                                                 |
| Rådgivning                                                                     |                                                                                                          |                                            |               |                                                 |
| 28                                                                             | Dyrkningsvejledning for økologiske æbler og pærer                                                        | 281                                        | 226           | \$2                                             |
| Rådgivning i alt                                                               |                                                                                                          | 281                                        | 226           |                                                 |
| Foreningen for Biodynamisk Jordbrug i alt                                      |                                                                                                          | 295                                        | 41            |                                                 |
| Rådgivning                                                                     |                                                                                                          |                                            |               |                                                 |
| 29                                                                             | Klogere på biodynamiske principper og praksis - kurser for<br>landmænd, medarbejdere og konsulenter      | 295                                        | 41            | \$2                                             |
| Rådgivning i alt                                                               |                                                                                                          | 295                                        | 41            |                                                 |
| Puljen i alt                                                                   |                                                                                                          | 12.319                                     | 10.425        |                                                 |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## 2. Særlig pulje: Eksportfremme

| Beløb i 1000 kr. | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Specifikation af<br>anvendt<br>statsstøtterege |
|------------------|--------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------|
| Note             |                                            |               |                                                |

## VI. Aktiviteter fordelt på tilskudsmodtagere

|                                                                                                          |               |               |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|-----|
| <b>Økologisk Landsforening i alt</b>                                                                     | <b>5.184</b>  | <b>5.165</b>  |     |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                                  |               |               |     |
| 1 BioFach – mangfoldig fællesstand med øget kommerciel fokus                                             | 2.650         | 2.650         | DMG |
| 2 Organic Export Academy - Øget økologisk eksportpotentiale via kompetencegivende akademi                | 900           | 900           | §6  |
| 3 Fælles eksportfremstød på PLMA 2019                                                                    | 850           | 839           | DMG |
| 4 Branding af verdens førende økologination                                                              | 500           | 492           | §6  |
| 5 BioFach – forprojekt til 2020                                                                          | 284           | 284           | DMG |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                                            | <b>5.184</b>  | <b>5.165</b>  |     |
| <b>Landbrug &amp; Fødevarer i alt</b>                                                                    | <b>3.300</b>  | <b>2.550</b>  |     |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                                  |               |               |     |
| 6 Deltagelse og markedsføring af økologiske fødevarer på ANUGA 2019 i Köln                               | 1.213         | 1.168         | DMG |
| 7 BioFach Shanghai 2019 – deltagelse på fødevaremesse og markedsføring af økologiske fødevarer           | 603           | 577           | DMG |
| 8 Food service indsats på nærmarkeder – Sverige og Tyskland                                              | 500           | 462           | DMG |
| 9 Dansk-kinesisk samarbejde om lettere markedsadgang og fordoblet øko-eksport                            | 445           | 198           | &6  |
| 10 Fremstød i Italien for økologiske fødevarer                                                           | 436           | 145           | DMG |
| 11 Foodservice indsats på nærmarkeder – Sverige og Tyskland                                              | 103           | 0             | DMG |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                                            | <b>3.300</b>  | <b>2.550</b>  |     |
| <b>Organic by Nørskov/NewNordica i alt</b>                                                               | <b>1.349</b>  | <b>1.282</b>  |     |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                                  |               |               |     |
| 12 Dansk Økologisk Fællesstand på Internationale Grüne Woche 2019 i Berlin                               | 1.349         | 1.282         | DMG |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                                            | <b>1.349</b>  | <b>1.282</b>  |     |
| <b>Food from Denmark i alt</b>                                                                           | <b>1.029</b>  | <b>956</b>    |     |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                                  |               |               |     |
| 13 Økologisk fællesstand på ANUGA 2019                                                                   | 591           | 518           | DMG |
| 14 International markedsføring af dansk økologi på PLMA Amsterdam 2019                                   | 438           | 438           | DMG |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                                            | <b>1.029</b>  | <b>956</b>    |     |
| <b>Producersammenslutningen BAD (Bio Aus Dänemark) i alt</b>                                             | <b>901</b>    | <b>901</b>    |     |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                                  |               |               |     |
| 15 Anuga 2019 Eksport af økologiske produkter rettet mod nye afsætningskanaler, hovedsageligt i Tyskland | 901           | 901           | DMG |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                                            | <b>901</b>    | <b>901</b>    |     |
| <b>Puljen i alt</b>                                                                                      | <b>11.763</b> | <b>10.854</b> |     |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## 3. Særlig pulje: National afsætningsfremme

| Beløb i 1000 kr. | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Specifikation af<br>anvendt<br>statsstøtterege |
|------------------|--------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------|
| Note             |                                            |               |                                                |

## VI. Aktiviteter fordelt på tilskudsmodtagere

|                                                                                           |              |              |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|-----------|
| <b>Økologisk Landsforening i alt</b>                                                      | <b>5.364</b> | <b>5.257</b> |           |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                   |              |              |           |
| 1 Det Økologiske Spisemærke – 10 års jubilæum                                             | 1.600        | 1.600        | \$6       |
| 2 Økologisk Høstmarked 2019                                                               | 1.500        | 1.500        | \$6 + DMG |
| 3 Kompetenceløft af økologiske virksomheder – specielt målrettet SMV'ere                  | 800          | 800          | \$6       |
| 4 Mad til bierne 2019                                                                     | 550          | 550          | \$6       |
| 5 De gode fortællinger om økologi og bæredygtighed                                        | 500          | 499          | \$6       |
| 6 Lokal og direkte afsætning – udnyt nye markedsmuligheder gennem viden og kompetenceløft | 414          | 308          | \$6       |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                             | <b>5.364</b> | <b>5.257</b> |           |

|                                                                                                                               |              |              |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|-----|
| <b>Landbrug &amp; Fødevarer i alt</b>                                                                                         | <b>3.038</b> | <b>2.763</b> |     |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                                                       |              |              |     |
| 7 Ambassadører for økologisk grønt i foodservice                                                                              | 721          | 706          | \$6 |
| 8 Økologisk ost og iscenesættelse i detail og foodservice                                                                     | 600          | 585          | \$6 |
| 9 Fart på økologien i de hurtige måltider                                                                                     | 500          | 476          | \$6 |
| 10 Mere økologi hos slagterne – indsats hos supermarkeds- og privatslagtere                                                   | 365          | 164          | \$6 |
| 11 Økologi i store gryder – økologiske køkkenroser                                                                            | 354          | 350          | \$6 |
| 12 Økologi som middel til vækst, velfærd og bæredygtighed i kommuner og regioner (tidl. Økologi på Velfærdens innovationsdag) | 334          | 318          | \$6 |
| 13 Økologi i Foodservice 2.0                                                                                                  | 164          | 164          | \$6 |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                                                                 | <b>3.038</b> | <b>2.763</b> |     |

|                                                                                          |            |            |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|-----|
| <b>Producentsammenslutningen Fremme af Økologisk Kvalitets<br/>Svinekød (FØKS) i alt</b> | <b>700</b> | <b>700</b> |     |
| <b>Afsætningsfremme</b>                                                                  |            |            |     |
| 14 Sofari 2019 – Mere øko-gris i indkøbsvognen                                           | 700        | 700        | \$6 |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                                                            | <b>700</b> | <b>700</b> |     |

|                                                       |            |            |     |
|-------------------------------------------------------|------------|------------|-----|
| <b>Landbrug &amp; Fødevarer, SEGES i alt</b>          | <b>700</b> | <b>700</b> |     |
| <b>Afsætningsfremme</b>                               |            |            |     |
| 15 Styrket markedsposition for den økologiske kylling | 700        | 700        | \$6 |
| <b>Afsætningsfremme i alt</b>                         | <b>700</b> | <b>700</b> |     |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## 3. Særlig pulje: National afsætningsfremme

| Beløb i 1000 kr.                      |                                                                             | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Specifikation af<br>anvendt<br>statsstøtterege |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------|
| Note                                  |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Randers Regnskov i alt                |                                                                             | 600                                        | 481           |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Afsætningsfremme                      |                                                                             |                                            |               |                                                |
| 16                                    | Æd den og red den!                                                          | 600                                        | 481           | DMG                                            |
| Afsætningsfremme i alt                |                                                                             | 600                                        | 481           |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Zealand Business College i alt        |                                                                             | 731                                        | 531           |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Afsætningsfremme                      |                                                                             |                                            |               |                                                |
| 17                                    | Økologi på Danmarks største slagteriskole                                   | 731                                        | 531           | DMG                                            |
| Afsætningsfremme i alt                |                                                                             | 731                                        | 531           |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Dansk Vegetarisk Forening (DVF) i alt |                                                                             | 383                                        | 382           |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Afsætningsfremme                      |                                                                             |                                            |               |                                                |
| 18                                    | Grøn fremtid i fødevaresektoren: Fremme af økologiske vegetariske produkter | 383                                        | 382           | DMG                                            |
| Afsætningsfremme i alt                |                                                                             | 383                                        | 382           |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Frugtformidlingen i alt               |                                                                             | 375                                        | 287           |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Afsætningsfremme                      |                                                                             |                                            |               |                                                |
| 19                                    | Råd til Økologi – fremtidens husholdning                                    | 375                                        | 287           | \$6                                            |
| Afsætningsfremme i alt                |                                                                             | 375                                        | 287           |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Norm IVS                              |                                                                             | 73                                         | 73            |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Afsætningsfremme                      |                                                                             |                                            |               |                                                |
| 20                                    | Økologisk omlægning på efterskoler: Råvarer, drift og tanke                 | 73                                         | 73            |                                                |
| Afsætningsfremme i alt                |                                                                             | 73                                         | 73            | DMG                                            |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Fonden Københavns Madhus i alt        |                                                                             | 500                                        | 0             |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Afsætningsfremme                      |                                                                             |                                            |               |                                                |
| 21                                    | Omlægningstjek til private professionelle spisesteder                       | 500                                        | 0             |                                                |
| Afsætningsfremme i alt                |                                                                             | 500                                        | 0             |                                                |
|                                       |                                                                             |                                            |               |                                                |
| Puljen i alt                          |                                                                             | 12.464                                     | 11.174        |                                                |

# Fonden for økologisk landbrug - Regnskab 2019

## 4. Særlig pulje: Viden & Kompetence

| Beløb i 1000 kr. | Ændrings-<br>budget 2019<br>(Ej revideret) | Regnskab 2019 | Specifikation af<br>anvendt<br>statsstøtterege |
|------------------|--------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------|
| Note             |                                            |               |                                                |

## VI. Aktiviteter fordelt på tilskudsmodtagere

|                                                  |                                                                              |              |              |       |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|-------|
| <b>Landbrug &amp; Fødevarer, SEGES i alt</b>     |                                                                              | <b>3.412</b> | <b>1.765</b> |       |
| <b>Rådgivning</b>                                |                                                                              |              |              |       |
| 1                                                | Omlægningstjek – viden og kompetencer indenfor økologisk landbrugsproduktion | 3.076        | 1.597        | §§2+3 |
| 2                                                | Bæredygtighedstjek for nyomlagte bedrifter                                   | 336          | 168          | §3    |
| <b>Rådgivning i alt</b>                          |                                                                              | <b>3.412</b> | <b>1.765</b> |       |
| <b>Økologisk Landsforening i alt</b>             |                                                                              | <b>1.749</b> | <b>1.702</b> |       |
| <b>Rådgivning</b>                                |                                                                              |              |              |       |
| 3                                                | Omlægningstjek 2019                                                          | 1.749        | 1.702        | §3    |
| <b>Rådgivning i alt</b>                          |                                                                              | <b>1.749</b> | <b>1.702</b> |       |
| <b>Landbrug &amp; Fødevarer i alt</b>            |                                                                              | <b>476</b>   | <b>433</b>   |       |
| <b>Rådgivning</b>                                |                                                                              |              |              |       |
| 4                                                | Økologiske omlægningstjek af SMV'er – slagter og bager                       | 476          | 433          | DMG   |
| <b>Rådgivning i alt</b>                          |                                                                              | <b>476</b>   | <b>433</b>   |       |
| <b>Foreningen for Biodynamisk Jordbrug i alt</b> |                                                                              | <b>241</b>   | <b>241</b>   |       |
| <b>Rådgivning</b>                                |                                                                              |              |              |       |
| 5                                                | Biodynamiske omlægnings-, fastholdelses- og bæredygtighedstjek               | 241          | 241          | §§2+3 |
| <b>Rådgivning i alt</b>                          |                                                                              | <b>241</b>   | <b>241</b>   |       |
| <b>Puljen i alt</b>                              |                                                                              | <b>5.878</b> | <b>4.141</b> |       |

## Fonden for økologisk landbrug - Opgørelse over de seneste 5 regnskabsår

| Beløb i 1000 kr.                                   | Regnskab 2015 | Regnskab 2016 | Regnskab 2017 | Regnskab 2018 | Regnskab 2019 |
|----------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>INDTÆGTER:</b>                                  |               |               |               |               |               |
| Overført fra forrige år                            | 24.416        | 48.025        | 39.685        | 35.533        | 35.926        |
| Produktionsafgifter                                | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Promillemidler                                     | 10.000        | 10.000        | 10.000        | 10.000        | 10.000        |
| Særbevilling og anden indtægt                      | 48.640        | 33.000        | 30.002        | 30.038        | 31.059        |
| Renter                                             | -105          | -233          | -216          | -164          | -87           |
| <b>I. Indtægter i alt</b>                          | <b>82.952</b> | <b>90.792</b> | <b>79.471</b> | <b>75.407</b> | <b>76.898</b> |
| <b>UDGIFTER:</b>                                   |               |               |               |               |               |
| <b>Samlede tilskud fordelt på formål</b>           |               |               |               |               |               |
| Afsætningsfremme                                   | 19.886        | 29.694        | 26.906        | 24.936        | 23.378        |
| Forskning og forsøg                                | 3.791         | 7.499         | 4.821         | 4.942         | 5.581         |
| Produktudvikling                                   | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Rådgivning                                         | 6.628         | 9.333         | 9.203         | 7.266         | 7.341         |
| Uddannelse                                         | 839           | 672           | 273           | 346           | 259           |
| Sygdomsforebyggelse                                | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Sygdomsbekæmpelse                                  | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Dyrevelfærd                                        | 0             | 282           | 0             | 0             | 0             |
| Kontrol                                            | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Særlige foranstaltninger                           | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Medfinansiering af initiativer under EU-programmer | 3.208         | 2.962         | 1.971         | 849           | 35            |
| <b>II. Udgifter til formål i alt</b>               | <b>34.352</b> | <b>50.442</b> | <b>43.174</b> | <b>38.339</b> | <b>36.594</b> |
| <b>Fondsadministration</b>                         |               |               |               |               |               |
| Fondsadministration - særpuljer                    | 401           | 421           | 464           | 471           | 366           |
| Revision                                           | 98            | 165           | 127           | 184           | 141           |
| Advokatbistand                                     | 16            | 8             | 88            | 42            | 38            |
| Effektvurdering                                    | 59            | 71            | 82            | 76            | 1             |
| Ekstern projektvurdering                           | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Bestyrelseshonorar/befordringsgodtgørelse          | 1             | 0             | 3             | 369           | 370           |
| Tab på debitorer                                   | 0             | 0             | 0             | 0             | 500           |
| <b>III. Administration i alt</b>                   | <b>575</b>    | <b>665</b>    | <b>764</b>    | <b>1.142</b>  | <b>1.416</b>  |
| <b>IV. Udgifter i alt</b>                          | <b>34.927</b> | <b>51.107</b> | <b>43.938</b> | <b>39.481</b> | <b>38.010</b> |
| <b>Overførsel til næste år</b>                     | <b>48.025</b> | <b>39.685</b> | <b>35.533</b> | <b>35.926</b> | <b>38.888</b> |
| Overførsel til næste år i pct. af årets udgift     | 137,5         | 77,7          | 80,9          | 91,0          | 102,3         |

## Fonden for økologisk landbrug - Opgørelse over de seneste 5 regnskabsår

| Beløb i 1000 kr.                                                          | Regnskab 2015 | Regnskab 2016 | Regnskab 2017 | Regnskab 2018 | Regnskab 2019 |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Supplerende oplysninger:</b>                                           |               |               |               |               |               |
| <b>Samlet tilskud fordelt på tilskudsmodtagere</b>                        |               |               |               |               |               |
| 1 Økologisk Landsforening                                                 | 16.590        | 20.752        | 18.964        | 17.985        | 16.409        |
| 2 Landbrug & Fødevarer                                                    | 2.920         | 6.393         | 6.849         | 6.885         | 6.862         |
| 3 Landbrug & Fødevarer, SEGES                                             | 7.294         | 10.759        | 6.931         | 6.109         | 5.176         |
| 4 Aarhus Universitet                                                      | 112           | 783           | 538           | 745           | 1.816         |
| 5 Organic by Nørskov / NewNordica ApS                                     | 0             | 0             | 483           | 339           | 1.282         |
| 6 Food from Denmark                                                       | 0             | 0             | 483           | 0             | 956           |
| 7 Producentsammenslutningen Bio Aus Dänemark                              | 0             | 391           | 483           | 0             | 901           |
| 8 Producentsammenslutningen Fremme af Økologisk Kvalitets Svinekød (FØKS) | 573           | 766           | 762           | 753           | 700           |
| 9 Randers Regnskov                                                        | 0             | 0             | 0             | 0             | 481           |
| 10 Zealand Business College                                               | 0             | 0             | 0             | 0             | 531           |
| 11 Dansk Vegetarisk Forening (DVF)                                        | 0             | 0             | 0             | 0             | 382           |
| 12 Frugtformidlingen                                                      | 0             | 0             | 0             | 0             | 287           |
| 13 Foreningen for Biodynamisk Jordbrug                                    | 237           | 274           | 568           | 585           | 282           |
| 14 Center for Frilandsdyr (tidl.Udviklingscenter for Husdyr på Friland)   | 0             | 1.738         | 552           | 398           | 230           |
| 15 Økologisk VKST                                                         | 0             | 0             | 0             | 0             | 226           |
| 16 NORM IVS                                                               | 0             | 0             | 405           | 161           | 73            |
| 17 Fonden Københavns Madhus                                               | 0             | 328           | 2.770         | 2.809         | 0             |
| - Agrologica                                                              | 441           | 500           | 500           | 500           | 0             |
| - By Land Gro                                                             | 0             | 0             | 0             | 320           | 0             |
| - Danmarks Biavlerforening                                                | 0             | 286           | 257           | 272           | 0             |
| - GartneriRådgivningen a/s                                                | 0             | 300           | 300           | 253           | 0             |
| - Velfærdsdelikatesserne, UHF                                             | 0             | 0             | 0             | 225           | 0             |
| - Producentsammenslutningen Sønderjysk Økologi                            | 0             | 0             | 514           | 0             | 0             |
| - Producentforeningen De Økologiske Gårdbutikker                          | 0             | 0             | 450           | 0             | 0             |
| - SØRIS A/S                                                               | 0             | 0             | 355           | 0             | 0             |
| - Hans Henrik Thomsen                                                     | 0             | 174           | 325           | 0             | 0             |
| - Børnehuset Bakkebo                                                      | 0             | 0             | 250           | 0             | 0             |
| - Økologisk Rådgivning                                                    | 0             | 0             | 159           | 0             | 0             |
| - Producentsammenslutningen Økologi Nord                                  | 0             | 301           | 112           | 0             | 0             |
| - Kernegaarden Fejø                                                       | 0             | 35            | 78            | 0             | 0             |
| - Havredal Praktiske Uddannelser                                          | 0             | 167           | 46            | 0             | 0             |
| - Seerupgaard Udvikling                                                   | 288           | 181           | 40            | 0             | 0             |
| - Producentforeningen Organic Denmark                                     | 0             | 1.386         | 0             | 0             | 0             |
| - Syddansk Økologi, Syddansk Kvæg                                         |               | 519           | 0             | 0             | 0             |
| - Københavns Universitet                                                  | 371           | 508           | 0             | 0             | 0             |
| - Naturmælk amba                                                          | 0             | 458           | 0             | 0             | 0             |
| - Thise Mejeri                                                            | 0             | 385           | 0             | 0             | 0             |
| - Landsforeningen Praktisk Økologi                                        | 0             | 329           | 0             | 0             | 0             |
| - Producentforeningen De Økologiske Gårdbutikker                          | 299           | 289           | 0             | 0             | 0             |
| - Smag på Landskabet                                                      | 0             | 267           | 0             | 0             | 0             |
| - Danish Food & Trading Company                                           | 0             | 260           | 0             | 0             | 0             |
| - Helge Bülow                                                             | 0             | 240           | 0             | 0             | 0             |
| - Ostebørsen                                                              | 0             | 234           | 0             | 0             | 0             |
| - Hegnsholt Hønseri                                                       | 0             | 225           | 0             | 0             | 0             |
| - Økogårdene Skjern Enge                                                  | 250           | 203           | 0             | 0             | 0             |



## Fonden for økologisk landbrug - Opgørelse over de seneste 5 regnskabsår

| Beløb i 1000 kr.                                | Regnskab 2015 | Regnskab 2016 | Regnskab 2017 | Regnskab 2018 | Regnskab 2019 |
|-------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| - Lejre Grøntsagskonsortium                     | 0             | 197           | 0             | 0             | 0             |
| - Blakgården                                    | 0             | 196           | 0             | 0             | 0             |
| - Danmarks Tekniske Universitet                 | 352           | 194           | 0             | 0             | 0             |
| - Comida Fødevarerrådgivning                    | 275           | 175           | 0             | 0             | 0             |
| - Halkær Kro og Madhus                          | 169           | 126           | 0             | 0             | 0             |
| - Landboforeningen Gefion, Økologisk rådgivning | 237           | 62            | 0             | 0             | 0             |
| - Landboforening Syd                            | 0             | 61            | 0             | 0             | 0             |
| - Danske Økologiske Erhvervsfrugtavlere         | 543           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Københavns Fødevarefællesskab                 | 525           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Lejre Kommune                                 | 335           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Knuthenlund Gods                              | 293           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Natur-Oksen                                   | 290           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Bornholms Landbrug                            | 285           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Råd & Dåd                                     | 273           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Det Længste Strå v/ Birgitte Ravn Olesen      | 210           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Trolldgaarden v/ Phillip Dam                  | 202           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Mørdrupgård Korn                              | 200           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Skærtøft Mølle                                | 196           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Krogerup Avlsgaard                            | 185           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - ØsterGro                                      | 150           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Dyrenes Beskyttelse                           | 100           | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Westergaards Planteskole                      | 86            | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Lille Raneladegaard / Janne Brændbyge         | 51            | 0             | 0             | 0             | 0             |
| - Bjarne Krog - Krogagergård                    | 20            | 0             | 0             | 0             | 0             |
| <b>I alt</b>                                    | <b>34.352</b> | <b>50.442</b> | <b>43.174</b> | <b>38.339</b> | <b>36.594</b> |

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 1. Recirkulering – fra affald til bedre økologisk næringsstofforsyning**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Udvikle forretningsmodel, der sikrer tilbageførsel af næringsstoffer i affald til økologisk planteavl, hvor potentialet er størst. Og skabe incitament og engagement for recirkulering fra by til land.

**Projektets aktiviteter:**

AP1: Fra husholdningsaffald til økologisk gødning

- Analyse og beskrivelse af caseområde i Østjylland med opgørelse af ressourcer i KOD og restprodukter og potentialet for recirkulering af KOD, husdyrgødning og anden biomasse i Østjylland.
- Analyse af gødning og visuelle vurderinger i markforsøg for undersøgelse af gødningens kvalitet og indhold af fysiske urenheder, herunder særligt plastik/mikroplast.

AP2: Markforsøg - gødningsværdi af kildesorteret organisk dagrenovation KOD

- Markforsøg der kortlægger næringsstof og gødningsværdi af afgasset KOD rent og i realistisk blandingssforhold med husdyrgødning. Gødningsforsøg med KOD i vårbyg, fem forsøgsled på fem lokaliteter i Østdanmark, sammenlignet med svinegylle og Øgro.

AP3: Recirkulering af andre organiske restprodukter

- Analyse af tilgængelighed, optimal tildeling/anvendelse og barrierer herfor af andre betydelige organiske rest- og affaldsprodukter end KOD. Analysen omfatter de organiske rest- og affaldsprodukter, der allerede findes i bilag 1 i 'Vejledning om økologisk jordbrugsproduktion' og produkter, der forventes snarligt at kunne optages i bilaget.

AP4: Formidling, initiativ, igangsætning og rådgivning

- Udarbejde materiale der øger kendskabet og formidler viden om de krav, der er til affalds- og restprodukter, der anvendes til økologisk produktion til kommuner og affaldsselskaber.
- Dialog- og interessentmøder med centrale aktører i recirkuleringskæden for at opnå fælles forståelse for udfordringer, muligheder og udviklingspotentiale ved recirkulering til den økologiske produktion.

## **Note 2. KLIMALANDMAND – Værktøj til klimahandling på bedriften**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at udvikle et klimaværktøj, KLIMALANDMAND, som er validt, operationelt og i stand til at estimere den enkelte bedrifts klimabelastning. Klimaværktøjet danner grundlag for at udarbejde en handlingsplan for bedriften ud fra hvilken, landmanden kan træffe konkrete og klimavenlige valg for sin bedrift.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet består af fire arbejdsplaner (AP1-4).

I AP1 blev viden om emissionskilder, deres emissionsfaktorer samt klimatiltag og disses reduktionspotentiale indsamlet og systematiseret. Den viden, der blev opbygget i AP1 dannede grundlag for udviklingen af klimaværktøjet KLIMALANDMAND for økologiske mælke- og kødproducenter og planteavlere (AP2).

I AP3 blev der udviklet en handlingsplan for videreudviklingen af KLIMALANDMAND, målrettet økologiske fjerkræ og svinebedrifter. Projektets resultater blev udbredt i AP4 gennem en bred formidlingsindsats.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Arbejdspakke 1 (AP1):

Emissionskilder, emissionsfaktorer, klimatiltag og reduktionspotentiale Viden er indsamlet om emissionskilder, deres emissionsfaktorer samt veldokumenterede klimatiltag og deres reduktionspotentiale. Der er screenet for viden inden for følgende fire områder:

1. Energiforbrug og -produktion
2. Metanudledning
3. Lattergasudledning
4. Kulstofopbygning

Bedriftsspecifikke data er benyttet i videst mulig udstrækning. Hvor dette ikke har været muligt, er anvendt data baseret på nationale gennemsnitsværdier eller fra IPCC Guidelines. Vidensindsamlingen er udført af to faggrupper. Den ene gruppe bestod af klimafaglige eksperter i landbrugssektoren. Den anden ekspertgruppe bestod af et landmandspanel af klimabevidste landmænd.

## Aktiviteter i AP1:

1. Systematisering af viden om emissionskilder og deres emissionsfaktorer samt om klimatiltag og disses reduktionspotentiale
2. Opdatering af Økologisk Landsforenings eksisterende Klimakatalog med nye klimatiltag og ny viden om eksisterende tiltags reduktionspotentiale

## Arbejdspakke 2 (AP2): Udvikling af klimaværktøjet KLIMALANDMAND

Eksisterende emissionsberegningstværktøjer er gennemgået for at inddrage komponenter herfra i KLIMALANDMAND.

En IT-løsning og en protokol er udarbejdet for automatisk at kunne trække bedriftsspecifikke data fra Ø90 Online til KLIMALANDMAND.

En modulopbygget excel- og databasebaseret version af værktøjet er udviklet, hvori en del manuel indtastning er nødvendig for at køre værktøjet. En klimaworkshop for interesserede parter, hvor indhold, struktur og retning blev diskuteret, er afholdt. Input herfra er inkorporeret i den endelige version af værktøjet.

## Aktiviteter i AP2:

1. Gennemgang af eksisterende emissionsberegningstværktøjer
2. Analyse af, hvordan bedriftsdata fra Ø90 Online integreres i klimaværktøjet, og udarbejdelse af nødvendige protokoller herfor
3. Udvikling af klimaværktøj til brug på mælkekvægs-, kødkvægs- og planteavlsbedrifter
4. Afholdelse af klimaworkshop med interessenter fra erhvervet omhandlende udvikling og forankring af værktøjet i erhvervet
5. Test af KLIMALANDMAND på to bedrifter

## Arbejdspakke 3 (AP3): Videreudvikling af KLIMALANDMAND

Der er udarbejdet en handlingsplan for videreudviklingen af KLIMALANDMAND fra et Excel-baseret klimaværktøj til et fuldt udfoldet regneprogram med en grafisk brugerflade, som er i stand til at servicere alle større driftsgrene.

Aktiviteter i AP3: 1. Udarbejdelse af en handlingsplan for KLIMALANDMANDs fremtidige udvikling indenfor frugt-/grøntsagsproducenter, fjerkræ- og svinebedrifter.

## Arbejdspakke 4 (AP4): Formidling

Projektets resultater og konklusioner er formidlet bredt til landmænd, rådgivere og interessenter kontinuerligt i projekt-perioden via tilgængelige platforme og kanaler.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Aktiviteter i AP4:

1. Løbende nyhedsflow om projektets resultater på hjemmeside (okologi.dk) og i nyhedsbreve (tre indlæg hvert sted)
2. Formidling til Økologikongres 2019 på en stand og til et temamøde
3. To artikler i avisen Økologisk Landbrug om projektet og dets resultater

## **Note 3. InTRÆgrer 2.0 – integration af træer i økologisk landbrug**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets formål er gennem skovlandbrug at kunne anviser et nyt økologisk produktionssystem med en mere robust økonomi, mindre klimabelastning samt større biodiversitet. Projektet bygger videre på resultater fra projektet InTRÆgrer, som gennemførtes i 2018.

### **Projektets aktiviteter:**

Projektet var inddelt i tre arbejdsplaner (AP1-3), som har genereret viden, der anviser veje til integration af træer og buske i den økologiske produktion med økonomiske, klima- og biodiversitetsmæssige gevinster.

I AP1 blev skovlandbrug implementeret på tre økologiske bedrifter. I AP 2 blev fordele og barrierer forbundet med en udbygning af skovlandbruget i den danske økologiske landbrugssektor analyseret, mens AP3 har haft til mål at formidle skovlandbrug og dets fordele som driftsgren, henvendt til økologiske landmænd.

### **Arbejdspakke 1 (AP1): Implementering af skovlandbrug i økologiske landbrug**

På baggrund af resultater fra projektet InTRÆgrer blev tre kombinationsmuligheder i skovlandbrug udvalgt, som efterfølgende blev etableret som mindre forsøg på 2-16 ha på tre forskellige bedrifter. Der blev etableret et skovlandbrug hos en planteavl med en kombination af planteval til konsum og frugt- og nøddetræer, hos en mælkeproducent med en kombination af foderafgrøder/malkekæg og fodertræer, og endeligt hos en kødkvægsproducent med en kombination af foderafgrøder/kødkvæg og bærbuske. Inden implementering blev der udarbejdet dyrkningsvejledninger for hvert skovlandbrug. Baselinemålinger for biodiversitet og produktionsøkonomi blev udarbejdet forud for etableringen, for herved at kunne estimere systemernes samlede effekter for de to parametre på langt sigt. Der blev lavet analyse af de implementerede skovlandbrugs fremtidige produktionsøkonomi i samarbejde med en driftsøkonom, og der blev udarbejdet en forretningsplan for hver af de tre bedrifter, baseret på fremskrivninger af vedplanternes vækst over en 20-årig periode.

Aktiviteter i AP1:

- a. Etablering af samarbejde med tre landmænd, som vil afprøve skovlandbrug i praksisforsøg
- b. Udarbejdelse af dyrkningsplan og -vejledning for de tre skovlandbrug
- c. Indsamling af baselinemålinger for biodiversitet og økonomi på de tre skovlandbrug
- d. Etablering af skovlandbrug hos de tre landmænd
- e. Udarbejdelse af fremtidig produktionsøkonomi og forretningsplaner for de tre skovlandbrug
- f. Estimering af langsigtede effekter for kulstofopbygning og biodiversitet i de tre skovlandbrug

### **Arbejdspakke 2 (AP2): Fordele og barrierer forbundet med skovlandbrug**

Fordele og barrierer forbundet med udvikling og udbredelse af skovlandbrug i dansk landbrugsproduktion blev identificeret og beskrevet i det udarbejdede skovlandbrugskatalog.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Aktiviteter i AP2: a. Identificering af produktionsmæssige fordele ved skovlandbrug, herunder bl.a. biologiske, miljømæssige, økonomiske og samfundsmæssige fordele  
b. Identificering af barrierer for udbygning af skovlandbruget, herunder bl.a. biologiske, fysiske, tilskudsrelaterede og afsætningsmæssige barrierer

Arbejdspakke 3 (AP3): Implementering og formidling Projektets resultater er blevet formidlet bredt til økologiske landmænd, for herigennem at kunne aktivere fremtidige potentielle skovlandbrugs-praktikere. Projektet er blevet formidlet via flere platforme og kanaler.

Aktiviteter i AP3:

- a. Formidling af projektet og projektresultater ved en stand og et temamøde på Økologikongres 2019
- b. Løbende nyhedsflow om projektets undersøgelser og resultater på hjemmeside (okologi.dk), sociale medier (Facebookgruppe målrettet interessenter indenfor skovlandbrug er oprettet og nyheder er delt herigennem - [www.facebook.com/groups/skovlandbrug](http://www.facebook.com/groups/skovlandbrug)) og i nyhedsbreve
- c. To artikler i fagligt relevante medier om projektet og dets resultater
- d. Åbent hus-arrangementer hos en af forsøgsværterne (planteavleren) med fokus på implementering, dyrkningsplan, økonomi, fordele og udfordringer.

## **Note 4. Carbon-Farm - bæredygtige dyrkningssystemer i landbruget**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Formålet med projektet er at udvikle, undersøge, implementere og udbrede bæredygtige dyrkningssystemer i Danmark. Dyrkningssystemerne skal bevare og opbygge jordens frugtbarhed i både konventionelt og økologisk landbrug. Det økologiske landbrug udvikler sig hen i mod mere bæredygtige og klimavenlige dyrkningsmetoder.

### **Projektets aktiviteter:**

Projektet er delt op i følgende arbejdsplaner med den ansvarlige part nævnt i parentes. Det er kun arbejdsplaner 1.1 og 3, som er medfinansieret.

AP 1: Bæredygtige dyrkningssystemer. AP 1 er opdelt i 4 under-arbejdsplaner:

AP 1.1 Udvikling og afprøvning af bæredygtige dyrkningssystemer (ØL)

AP 1.2 Agronomiske og miljømæssige effekter (AU Agro-Økologi)

AP 1.3 Dyrkningssystemernes effekter på biodiversitet (AU-BioScience)

AP 1.4 Kvantificering af effekten af dyrkningssystemer til opbygning af jordens kulstofpulje (KU-Institut for Plante- og Miljøvidenskab)

AP 2: Udvikling af maskintekniske løsninger (FRDK)

AP 3: Projektledelse, formidling og implementering (ØL)

AP1.1 Udvikling og afprøvning af bæredygtige dyrkningssystemer. Arbejdspakkeleder: Janne Aalborg Nielsen, Økologisk Landsforening. CarbonFarm dyrkningssystemerne udvikles og afprøves i store forsøgsplots i markerne hos de fire landmænd, som deltager i projektet - to økologiske og to konventionelle. Forsøgene er godt i gang. Dyrkningssystemerne udvikles gennem i alt tre vækstsæsoner. Der indgår fire forsøgsbehandlinger i forsøgene, som afprøves på alle fire bedrifter. Det er pløjning som reference i forsøgsled 1 og reduceret jordbearbejdning og Conservation Agriculture i forskellige grader i de øvrige forsøg-

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

sled. I forsøgene er der monitoreret sygdomme, ukrudt og skadedyr. Forsøgene danner det vigtige grundlag for undersøgelser af effekter af dyrkningssystemerne, som udføres af Københavns Universitet og Aarhus Universitet i arbejdsplanen 1.2-1.4. Endvidere bruges forsøgene som grundlag for deling og implementering af den opnåede viden gennem bl.a. markdemonstrationsdage hos de deltagende bedrifter og i erfagrupperangementer, se også AP 3.

AP 3. Arbejdsplanleder: Janne Aalborg Nielsen, ØL. Der er fortsat stor interesse for projektet. Der er bl.a. holdt indlæg om projektet ved forskellige arrangementer, se projekthjemmesiden. Der er udgivet en video om projektet. I juli måned var ca. rådgivere 30 rådgivere, økologiske og konventionelle, samlet til erfa-gruppe arrangement på Sjælland med besøg på forskellige bedrifter. Arbejdet med at udarbejde en værktøjskasse er godt i gang. I projektgruppen er der holdt koordinerende projektmøder for at sikre fremdrift og koordination i projektet.

## **Note 5. Flere sunde og bitre grøntsager til foodservice sektoren og forbrugeren (BitterSund)**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Formålet med dette projekt er, at gennemføre dyrkningsforsøg med grøntsagsarter og sorter, teste for bitterhed og stærke smage samt for indholdsstoffer samt teste sorternes egenskaber i køkkener.

**Projektets aktiviteter:**

BitterSund projektet er opdelt i fire arbejdsplaner:

1. Effektiv dyrkning af flere sunde og bitre kål og rodfrugter samt øget indtjening
2. Udvikling og afprøvning af sunde og bitre grøntsagskoncepter til foodservicesektoren og forbrugeren
3. Undersøgelse af effekt på økonomi, sundhed og miljø af ændrede kostvaner mod øget forbrug af sunde og bitre kål og rodfrugter
4. Formidling og projektledelse

Projektet medfinansierer GUDP-samarbejdsprojekt 'BitterSund' mellem Økologisk Landsforening, Aarhus Universitet, Regionshospitalet Randers, Aarstiderne A/S, Axel Månsson Øko og Københavns Universitet. Økologisk landsforening har stået for projektledelsen og har i samarbejde med projektets partnere stået for fremdriften, afholdelse af projektmøder, beskrivelse af resultater, formidling heraf bl.a. i oversigter og pjecer samt på hjemmesiden [www.bittersund.dk](http://www.bittersund.dk). Specielt i 2019 har Økologisk landsforening stået for et afslutningsarrangement på Catering Midt 2019 for storkøkkener i samarbejde med AB Catering. Endelig har Økologisk Landsforening stået for projektets samlede afrapportering.

## **Note 6. Styr på den økologiske jordfrugtbarhed**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at øge udbytterne i økologisk planteproduktion gennem målrettet fokus på livet i jorden, en afgørende faktor i opbygningen af jordens frugtbarhed. Formålet er endvidere at gøre viden på området operationelt og tilgængeligt for landmanden.

**Projektets aktiviteter:**

Arbejdsplan 1: Status på jordfrugtbarhed ud fra "state of the art" - metoder Data fra fem bedrifter, som indgik i en undersøgelse af jordmodstand og jordstruktur i 2004, er anvendt i nærværende projekt. Data fra 2004 er suppleret, idet der er udarbejdet en grundig status for jordens egnethed som dyrkningsmedie i 2019, udtrykt i kvalitet og frugtbarhed ved brug af analysemetoder, der er gængse i dag.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Denne status udarbejdes ved at analysere og beskrive følgende parametre: dræningstilstand, kalkningstilstand, jordtype- og jordstruktur (herunder spadediagnose), penetreringsmodstand, regnormebestand, jordbearbejdnings- og maskinstrategi, samt kulstof- og næringsstofindhold ud fra standard jordanalyser. Dyrkningshistorien fra 2004-2019, herunder udbyttehistorikken, er indsamlet for de fem bedrifter. Ved at sammenholde status for de fem bedrifter i 2004 med den grundige status i 2019 og dyrkningshistorien, inklusive udbyttehistorik, i perioden 2004-2019 er status og udvikling beskrevet for de enkelte bedrifter i et katalog, som danner udgangspunkt for det videre arbejde. Det er opgjort og vurderet, hvilken effekt dyrkningshistorien har haft på jordens frugtbarhed frem til i dag. Status er udarbejdet i samarbejde med landmændene på bedrifterne og planteavlskonsulenter.

Arbejdspakke 2: Next step i jordens frugtbarhed Der er bygget oven på metoder og resultater fra AP 1 med vægt på at inddrage livet i jorden som en aktiv og meget betydende parameter. Følgende metoder er afprøvet og beskrevet; Solvita soil test, Mikroskopi af jordprøver hos to laboratorier og Albrecht jordanalyse. Metoderne skal også valideres med hjælp fra eksterne partnere. Dette arbejde udføres i 2020, jf. projektførelse.

Resultaterne fra test 1) - 3) er sammenholdt med resultaterne fra AP 1, og sammenfattet for den enkelte bedrift, med henblik på at udarbejde handlingsplaner i år 2020, hvor dette er relevant. Arbejdspakke 3: Involvering, implementering og formidling af next step i jordens frugtbarhed Dette arbejde udføres i 2020

## **Note 7. Værdiskabelse via samspil med vandværker og kommuner: Klima, drikkevandsbeskyttelse, naturpleje og recirkulering af næringsstoffer**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

### **Projektets formål:**

Formålet med projektet er at skabe nye udviklingsmuligheder for de økologiske landmænd ved at udbrede succesfulde erfaringer med kommunale samspil med økologer om øget næringsstofforsyning, naturpleje, drikkevandsbeskyttelse og klimahandling.

### **Projektets aktiviteter:**

Samlet har aktiviteterne haft følgende formål: Dokumentation af samt formidling af viden og erfaring med de nævnte metoder mhb. øget kendskab til metoderne og deraf udbredelse af metoderne i kommunerne. Hovedaktiviteterne i projektet er:

- Dokumentation
- Formidling via fagnetværk
- Formidling via fagmedier
- Formidling via faglige konferencer og workshops

### **Dokumentation:**

Faktaark: Der er lavet fire faktaark om lokale løsninger med økologi og hhv. drikkevandsbeskyttelse, klima, naturpleje og recirkulering af næringsstoffer fra kommunale affaldsstrømme.

Casebeskrivelser: Beskrivelser der viser, hvordan økologien kan bruges til at blive en mere bæredygtig kommune.

Peter Nordholm Andersen, Omlægningstjek er et godt grundvandsværktøj i kommunerne, Magasinet Økologisk, efterår 2019.

Peter Nordholm Andersen, Kunsten af pleje borgere, blomster og køer, Løft verdensmålene, forår 2019.

Peter Nordholm Andersen, Handlingsplan letter gårdens klimaaftryk, Løft verdensmålene, forår 2019.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Formidling via faglige netværk, medier, konferencer og workshops

Deltagelse med oplæg på følgende:

- DANVA Årsmøde i Esbjerg. D. 20. maj.
- Vandets hus d. 23.-24. maj.
- Natur & Miljøkonference d. 27.-28. maj 2019.
- Grundvandsseminar for DANVA og EnViNa den 30. september med oplæg og stand.
- Løsningsgalleriet, Økologi Kongres 20. november 2019.
- Grundvandsnetværkets Årsmøde d. 20. maj.

Artikler: Henrik Hindby Koszyczarek, Opråb til borgere: Hjælp din lokale øko-landmand ved at sortere affald rigtigt, økologisk.nu, 30. oktober 2019.

Irene Brandt-Møller, Vårbyg gror godt i afgangset KOD, økologisk.nu, 17. September 2019.

Peter Nordholm Andersen, Økologi, en genvej til pesticidfrit drikkevand, Dansk vand, #3 Juni 2019.

## **Note 8. Alternative innovative dyrkningssystemer i landbruget**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

At etablere og drive netværk for landmænd med hurtig udveksling af viden om og erfaringer med alternative og innovative dyrkningssystemer i landbruget med henblik på at videreudvikle produktionen.

### **Projektets aktiviteter:**

Projektet har samlet erfaringer fra praksis om en række alternative og innovative dyrkningssystemer, som afprøves af landmænd. Steder, hvor der afprøves relevante tiltag, er primært lokaliseret gennem en spørgeundersøgelse hos landmænd. Der er også indsamlet viden om aktiviteter inden for alternative og innovative dyrkningssystemer hos udenlandske landmænd. Denne viden er hovedsageligt indsamlet via sociale medier i netværk med fokus på emnet, specielt Twitter.

Et udvalg af de danske bedrifter, som er lokaliseret i spørgeundersøgelsen, har gennem besøg og interviews dannet grundlag for en første version af et inspirationskatalog over dyrkningssystemerne. Viden og erfaringer fra udenlandske bedrifter er samlet, bearbejdet og delt i Facebook gruppen, "Frugtbar landbrugsjord – gruppe til erfaringsudveksling". På siden deler landmænd også selv erfaringer.

I projektet etableres der netværk for rådgivere og landmænd, som ønsker at dele erfaringer med alternative og innovative dyrkningssystemer. Dette netværk får mere fokus i 2020. Der er arrangeret markmøder, hvor aktuelle emner er taget op. Det har bl.a. været fokus på frugtbar jord, grøngødning, kompostering, erfaringer med at bruge afgangset gylle i grøntsager og demonstration af maskinen der vedligeholder økologiske græsmarker eller nedmulder efterafgrøder. Der er planlagt og gennemført en studietur til Irland med 7 deltagere fra Danmark i oktober 2019.

## **Note 9. Udvikling af mobile staldsystemer – med fokus på svin og fjerkræ**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

Projektet blev ikke gennemført med støtte fra fonden.



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 10. Næringsstofforsyning til højere udbytter (AP 5 i RDD3-projektet NutHY)**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at fremme højere udbytter og større bæredygtighed i økologisk planteproduktion. Det opnås ved sammen med økologikonsulenter og økologiske landmænd at udvikle rådgivningsprocesser, der er mere helhedsorienterede og langsigtet optimerende i forhold til sædskifte, næringsstofforsyning og miljø.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet er en del af et større projekt (Nutrients for Higher organic crop Yields - NutHY), som er søgt sammen med en række partnere i puljen Organic RDD3 (ICROFS/GUDP) og bevilget ultimo 2016. Nedenfor beskrives aktiviteterne i arbejdsplan 5, som er den arbejdsplan, Økologisk Landsforening (ØL) får medfinansiering til fra Fonden for Økologisk Landbrug.

Arbejdsplan 5: Implementering af en ny og strategisk optimeringsproces for planteproduktionen i den daglige rådgivning af økologiske planteavlere. Ansvarlig: Janne Aalborg Nielsen, Økologisk Landsforening. Der er udvalgt ti rådgivere, som deltager i projektet. En er sprunget fra i 2019. Fem rådgivere fra ØkologiRådgivning Danmark og fire rådgivere fra DLBR. De ni rådgivere er blandet i to grupper. Hver gruppe består af rådgivere fra ØkologiRådgivning Danmark og DLBR. Den ene gruppe koordineres af SEGES og den anden gruppe af Økologisk Landsforening. Hver rådgiver har udvalgt en landmand/bedrift, som han/hun arbejder med i projektet med henblik på langsigtet, strategisk rådgivning. Der er i 2019 afholdt rådgiverskole i maj måned og et fælles møde for rådgivere, landmænd og forskere i projektet i september. Rådgivere og landmænd i projektet arbejder løbende med langsigtede rådgivningskoncepter.

## **Note 11. Topkvalitet i økologiske spisekartofler**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

At styrke forudsætningerne øget afsætning og udbytte i økologisk kartoffelproduktion ved øget dialog mellem produktion og afsætningsled og ved at øge aftagere og forbrugeres kendskab til fordele ved at bruge danske økologiske spisekartofler.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet styrker produktion og afsætning af danske økologiske spisekartofler. Projektets gennemføres i fire arbejdsplaner:

- 1) Øget dyrkningssikkerhed
- 2) Sammenhæng mellem produktion og marked
- 3) Øget samarbejde mellem avlere, rådgivere og pakkerier
- 4) Kend din kartoffel

## **Note 12. Økodag 2019**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Afsætningsfremme**

**Projektets formål:**

Formålet med Økodag 2019 er at øge forbrugernes viden om de værdier, der ligger bag den økologiske mælkeproduktion for derved at øge loyaliteten og salget af økologiske mejeriprodukter. Til Økodag inviteres forbrugere ud på økologiske gårde i hele landet. Her er gæsterne med til at lukke de økologiske køer ud på græs for første gang i foråret, efter køerne har stået inde i stalden hele vinteren.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

Projektets aktiviteter: (maks. 1 side) 59 økologiske værtsgårde inviterede danskerne indenfor til Økodag 2019. I alt benyttede 204.000 danskere sig af tilbuddet og besøgte en økologisk landmand til Økodag. Nedenstående aktiviteter blev gennemført i samarbejde med både værter og mejerier:

- Der har været en rekrutteringsindsats for at tiltrække nye værter til Økodag. Det er lykkedes at få ni nye gårde med og for at hjælpe dem bedst muligt, blev de tilbudt et besøg af Økologisk Landsforening inden Økodag. De fik tilsendt en velkomstpakke med, fx diverse bannere, velkomsttræskilte, Øflag, store formidlingsplakater, budskabs- og navigeringsskilte, folder om sikkerheden på gården, idékatalog samt presseguide.
  - Den 8. januar blev der afholdt et fællesmøde, hvor både eksisterende og potentielle værter var inviterede. Også ægtefæller deltog. På mødet foregik erfaringsudveksling og dialog, ligesom værterne også blev klædt på i forhold til at kunne svare på klimaspørgsmål fra gæsterne på Økodag. Fællesmødet var populært blandt værterne. I alt deltog 73 personer.
  - Hovedbudskabet i Økodag var "Kør på græs", men derudover var FN's Verdensmål nr. 13 "Klimahandling" et undertema. Det betød bl.a., at gæsterne i gårdbeskrivelserne på økodag.dk kunne læse, hvilke konkrete klimatiltag den enkelte gård havde gennemført. Derudover var der info-plakater om klima og køer på gårdene, ligesom gæsterne kunne få en pixibog med hjem om køer og klima. Pixibogen har desuden det formål, at den er med til at forlænge oplevelsen ude på gårdene.
  - Der blev foretaget et omfattende arbejde for at finde ud af, hvilke sikkerhedsregler værterne til Økodag var underlagt. Projektet var i kontakt med både politi og beredskabsstyrelse, og resultatet blev en fælles national ordning på tværs af landets 12 politikredse.
- Konklusionen blev, at værterne ikke skulle udarbejde og indsende en sikkerhedsplan forud for Økodag. Overfor værterne blev det dog præciseret, at de er ansvarlige for sikkerheden på gården og skal gennemgå de processer og tjekliste, der er nedskrevet i den udarbejdede folder til Økodag.
- Der blev udarbejdet en guide til, hvordan værterne bedst muligt udnytter Facebook. Etablering af en lukket Facebookgruppe for værter, hvor de kan hente råd og vejledning hos hinanden.
  - Den eksisterende hjemmeside [www.økodag.dk](http://www.økodag.dk) blev benyttet og fungerede som hjertet i markedsføringen, idet gæsterne på siden kunne finde et danmarkskort og læse en individuel gårdbeskrivelse af alle de deltagende gårde til Økodag. Al markedsføring op til Økodag henviser til hjemmesiden, og derfor er hjemmesiden en væsentlig kanal for udbredelse af Økodag. Der blev foretaget mindre forbedringer på hjemmesiden af funktionel karakter. I perioden op til Økodag lavede Google om i deres betaling for at anvende google maps, som danmarkskortet på hjemmesiden er koblet op på. Det gav en ekstra udgift til Økodag. Indledende opstart af, hvordan projektet kan undgå dette i fremtiden blev igangsat.
  - Der blev lavet et grafisk univers, der blev brugt i markedsføringen. Layoutet blev brugt på mælkekartonannoncer hos både Arla, Thise, Naturmælk og Øllingegaard. Derudover blev universet anvendt på sociale medier, i tilbudsavisser og i markedsføringsplakater, som alle værter fik tilsendt til ophæng i lokalområdet.
  - Der blev udviklet forskellige markedsføringsmaterialer til en elektronisk toolbox, som detailhandlen og andre interessenter kunne gøre brug af for at finde relevante markedsføringsmaterialer. Dette resulterede i minimum otte omtaler i detailkæderne (Aldi, SuperBrugsen, Dagrofa, Føtex, Lidl, Nemlig.com, Netto og Rema). Derudover lavede, fx Dyrenes Beskyttelse opslag om Økodag på deres Facebookside, ligesom materialet blev benyttet af såvel værter som mejerier.
  - For i endnu højere grad at koble Økodag tættere sammen med mejeriprodukter og for også at give de forbrugere, der ikke selv har bilmuligheden for at komme til Økodag, blev der lavet et "opsamlingssted" i henholdsvis Aarhus og København, hvor forbrugere på forhånd havde sikret sig en busbillet mod symbolsk betaling. I alt deltog 76 forbrugere i arrangementet, der startede med morgenmad, hvorefter gæsterne i bus blev kørt ud til to gårde til Økodag og retur igen om eftermiddagen. Arrangementet var populært hos deltagerne, og det var mejerierne, der havde sponsoreret mejeriprodukter til indsatsen.
  - Der blev afholdt en åbningsevent på en gård på Djursland. Åbningen havde et klimafokus, og åbningstalen blev afholdt af Den Grønne Studenterbevægelse.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

- Alle værter fik mulighed for at få tilsendt hæftet "Forstå hvorfor økologi" til uddeling blandt gæsterne. Hæftet formidler de økologiske værdier både i tekst og billeder. Derudover fik værterne tilsendt budskabskilte samt træskilte, der havde til formål at vejlede gæsterne i, hvordan de skal opholde sig på gården, fx skilte om, at der kan være strøm i hegnet, skilte, der formidler, at køerne er store dyr, og at de voksne skal holde øje med børnene. Disse skilte var en del af den skærpede sikkerhed på gårdene. Derudover fik gårdene også, fx forskellige bannere, tatoveringer, hånddesinfektion, vejledning i håndtering af vega-
- Der er udført et omfattende pressearbejde, der resulterede i 189 omtaler herunder i TV-Avisen, TV2 Nyhederne og TV2 News samt samtlige regionale TV-stationer og et antal radioklip. Det betyder, at værdierne i Økodag ikke alene er nået ud til de forbrugere, der fysisk var ude på en gård til Økodag, men også er nået ud til de mange forbrugere, der har læst og set billeder på TV, i aviser eller på de sociale medier.
- For at øge synligheden af Økodag blev der lavet opslag og stories på Økologisk Landsforenings sociale medier primært Facebook og Instagram, men også Twitter. En del af opslagene har været annoncer for de deltagende værter. Opslagene er nået ud til i alt 635.148 personer, hvilket anses for at være ret tilfredsstillende. Til formålet er der taget billeder og optaget små filmklip.
- Der har været et samarbejde med Seges om screening af gårdene.
- Der er afholdt opstartsmøde, statusmøde samt evalueringsmøde med mejerierne.
- Der er foretaget værtsevaluering samt en gæsteevaluering. Sidstnævnte blev udført af Epinion.

## **Note 13. At mestre det økologiske håndværk – Økologikongres 2019**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Formålet er at planlægge og gennemføre Økologikongres 2019, for her at skabe et fælles forum med vidensformidling og netværk indenfor det økologiske landbrug og indenfor den økologiske værdikæde fra producent til forbruger. Alt sammen med henblik på at sikre den økologiske primærproduktions konkurrencekraft.

### **Projektets aktiviteter:**

Der blev planlagt og gennemført en to-dages Økologikongres i 2019. Kongressen blev afholdt den 20.-21. november. Kongressen havde 59 forskellige kongresmøder at deltage i og der var et bredt spekter af økologifaglige emner at vælge imellem. Der var 2-4 oplægsholdere og ordstyrere på alle kongresmøder. Projektet har bidraget til rejseomkostninger for nogle af oplægsholderne/ordstyrerne. Materialet fra kongresmøderne blev uploadet på [www.okologi-kongres.dk](http://www.okologi-kongres.dk)

Arbejdsopgaverne og omkostningerne for planlægnings-gruppen er delvis dækket af dette projekt. Desuden er der anvendt ressourcer på at offentliggøre programmet via hjemmeside, facebook og medier. Kongressen havde 1.100 deltagere. 30% af deltagerne var landmænd, hvilket er en forøgelse af deltagende antal landmænd sammenlignet med tidligere kongresser. Projektet er gennemført i et samarbejde mellem Økologisk Landsforening, ICROFS, Biodynamisk jordbrug, Landbrug & Fødevarer samt SEGES.

## **Note 14. Økologer som naturhåndværkere**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Formålet er at gøre de økologiske landmænd til bedre naturhåndværkere og bane vejen for en større og mere fokuseret naturindsats, der bidrager til større troværdighed omkring økologerne som landbrugets naturfrontløbere. Således kan økologer højne naturkvaliteten på deres bedrifter samtidig med en rentabel forretning.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

AP 1: Afprøvning og demonstration Konzeptudvikling: Der er blevet udviklet et færdigt koncept inkluderende instruktion, skabeloner og en informations-værktøjskasse, som Naturtjek-rådgiveren skal bruge til at udføre Naturtjek. Efteruddannelse af 8 landbrugsrådgivere: Der er blevet afholdt et to-dages seminar på Samsø med faglige oplæg og demonstration af Naturtjek-metoden via feltarbejde og udførsel af Naturtjekmetoden- og planen. To af de i alt 20 Naturtjek, som er udarbejdet i dette projekt, blev til som resultat af det gruppearbejde, som rådgiverne udførte på Samsøseminaret. Hver rådgiver har efterfølgende som selvstændig opgave foretaget 2-4 Naturtjek i sit lokalområde, inkluderende forberedelse, landmandsbesøg og opsætning af Naturtjek. De selvstændige Naturtjek er blevet til i tæt faglig sparring med naturspecialister hos SEGES, samt kvalitetssikret inden de er udsendt til landmanden.

## AP 2: Formidlings- og implementeringsindsats:

En vigtig del af formidlingsindsatsen i "Økologer som naturhåndværkere" er sket gennem lokale arrangementer hos værtslandmænd, som har fået lavet Naturtjek. Det har været en del af de nye Naturtjek-rådgiveres uddannelse at afholde erfamøde hos en af deres Naturtjek-landmænd. I 2019 blev der afholdt erfamøde for landmænd i Aabenraa (arrangeret af LHN, med deltagelse af SEGES), i Brande for landmænd (arrangeret af SAGRO), i Brande for Økologirådgivningen Danmark (arrangeret af SAGRO), samt på Samsø for naturrådgivere fra hele landet (arrangeret af SEGES). I medierne har gode historier om landbrugsbedriftens gode naturværdier og effektive tiltag, været med til at sætte fokus på naturindsatsen hos økologerne. Der er bragt en artikel om Naturtjek-uddannelsen i nyhedsbrevet "Økologi Inspiration til jordbruget", og især de små videoer om hhv. "Døde træer" og "3 nemme tiltag som booster naturen" med økologisk svineavler Torben Langer og han rådgiver, har tiltrukket meget opmærksomhed efter de er blevet offentliggjort på Facebook og Twitter.

Gennem en elektronisk test om natur har det desuden været muligt at formidle de gode eksempler fra projektet på sjov måde, som også rammer folk uden for landbrugsverdenen. SEGES Natur har præsenteret projektet på flere kongresser, senest på Økologikongres 2019, hvor også en af de lokale Naturtjek-rådgivere holdt et oplæg om projektet. For at udbrede viden om natur til næste generation af økologer, er der udarbejdet et kursusprogram for Kalø Økologiske Landbrugsskole, som over to kursusdage, dækker naturen i arealtyper, som landmanden forvalter.

Kurset er en blanding af teoretiske oplæg, gruppearbejder og feltture til agerlandets småbiotoper, men også de egentligt beskyttede naturarealer, som mange landmænd også har berøring med. Der har gennem projektets første år været god sparring med relevante aktører inden for den økologiske sektor, bl.a. angående idégenerering i forbindelse med inkorporering af naturhensyn på økologiområdet, samt i forbindelse med RISE. Da man i det økologiske landbrug allerede har en metode til opmåling af diverse bæredygtighedsparametre i RISE, har det været oplagt at bygge ovenpå biodiversitetsparameteren i RISE, som er kommenteret og diskuteret i et notat.

## Note 15. Økologisk produktion af kalkun, and og gås

### Tilskudsmodtager: SEGES

### Hovedformål: Rådgivning

### Projektets formål:

Formålet er at give landmænd et solidt vidensgrundlag for at producere økologisk kalkun, and og gås - dyr der leverer magert, sundt og smagfuldt kød - og opfylder mange forbrugerønsker. Projektet vil generere ny og praktisk viden om, hvordan man kommer i gang med at producere økologiske kalkuner, ænder og gæs.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

Projektets aktiviteter i 2019 er gennemførelsen af de aktiviteter i 2018 projektet, som ikke kunne gennemføres i 2018 og som vi fik bevilget en projektførlængelse til at gennemføre. Det drejer sig om følgende aktiviteter:

1. Vidensindsamling og formidling. Her er gennemført en studietur til Polen med deltagelse i en europæisk konference om bæredygtig fjerkræfodring. Ny viden herfra er beskrevet i FjerkræNyt, som er udsendt til landmænd og rådgivere.
2. Vejledning om opdræt og fodring af økokalkuner Vejledningen er opdateret og udsendt, og dele heraf er beskrevet i Dansk Erhvervsfjerkræ.
3. Nøgle til økologisk ande- og gåseproduktion Der er udformet vejledninger/nøgler som landmænd kan bruge til at komme godt i gang med at producere ænder, gæs og kalkuner.

## Note 16. Økologiske markforsøg til udvikling af økologien

Tilskudsmodtager: SEGES

Hovedformål: Forskning og forsøg

### Projektets formål:

At økologiske landmænd kan forbedre deres produktion på basis af veldokumenteret viden og dermed opnå højere udbytter, mere stabil produktion og indføre nye dyrkningsmetoder. Formålet nås ved at sikre ny dokumenteret viden fra økologiske landsforsøg, som landmanden kan implementere direkte i sin dyrkningspraksis

### Projektets aktiviteter:

Arbejdspakke 1: Næringsstofforsyning til forårssåede afgrøder og rettidig såning

Der er gennemført fem forsøg med delt gødsning i vårsæd. Resultaterne er offentliggjort i Oversigten over Landsforsøg 2019 og i Nordic Field Trial System. Der er lavet en annonce for markvandring i Magasinet Økologi Inspiration til jordbruget og bilag til de enkelte markvandring.

Desuden er der lavet et Facebook opslag med markvandring. Forsøg er fremvist ved markvandring afholdt i Nordjylland d. 1. juli og på Lolland d. 20. juni.

Arbejdspakke 2: Økologisk vinterraps – forbedret næringsforsyning Der er anlagt to forsøg i efteråret 2019.

Arbejdspakke 3: Majs – sikker start af afgrøden

Der er gennemført to forsøg med priming af

majs. Der er gennemført tre forsøg med gødsning. Resultaterne er offentliggjort i Oversigten over Landsforsøg 2019 og i Nordic Field Trial System. Der er lavet en annonce for markvandring i Magasinet Økologi Inspiration til jordbruget og bilag til de enkelte markvandring. Desuden er der lavet et Facebook opslag med markvandring. Forsøg er fremvist ved markvandring afholdt i Sønderjylland d. 19. juni.

Arbejdspakke 4: Ukrudt – biologi og mekanisk renholdelse

Der er gennemført fire forsøg med forskellige ukrudsstrategier i sædskiftet. Resultaterne er offentliggjort i Oversigten over Landsforsøg 2019 og i Nordic Field Trial System. Der er lavet en annonce for markvandring i Magasinet Økologi Inspiration til jordbruget og bilag til de enkelte markvandring. Desuden er der lavet et Facebook opslag med markvandring. Forsøg er fremvist ved markvandring afholdt på Djursland d. 4. juni.

Arbejdspakke 5: Alternativer I kornproduktionen

Der er for etablering af vårsæd om efteråret etableret fire forsøg i efteråret 2019.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Arbejdspakke 6:

Efterafgrøder – etableringssikkerhed Der er gennemført fem forsøg med efterafgrøder etableret i kraftige kornafgrøder. Resultaterne er offentliggjort i Oversigten over Landsforsøg 2019 og i Nordic Field Trial System. Der er lavet en annonce for markvandring i Magasinet Økologi Inspiration til jordbruget og bilag til de enkelte markvandring. Desuden er der lavet et Facebook opslag med markvandring. Forsøg er fremvist ved markvandring afholdt i Vrederup og i Nordjylland. Forsøg er også fremvist til LMO Økotræf i Hammel d. 12. juni.

## **Note 17. Kortlægning af smittepres i økologisk svineproduktion**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at give landmanden et redskab til at fremme sundheden i økologisk svineproduktion – uden brug af medicinsk zink eller antibiotika.

**Projektets aktiviteter:**

Aktiviteter: Ud fra erfaringer fra 2018 blev der i 2019 arbejdet videre med kortlægning af smittetryk i økologisk svineproduktion. Sygdomsårsager hos grise i dieperioden og to uger efter fravænning blev diagnosticeret, primært ud fra obduktioner og analyse af tarmindehold på disse. Som tiltag blev der valgt at teste et planteekstrakt med bakteriehæmmende effekt. Dette blev givet i foderet både til diegivende søer, pattegrise og grise efter fravænning. Foderet indeholdt også probiotika og andre helseprodukter. Der blev gennemført 5 testhold i alt. Efter hold 2 blev der justeret i råvarevalg til pattegrisefoderet og i det sidste hold blev dosis af planteekstraktet fordoblet. Der er sket en tæt koordinering til andre projekter, herunder også i konventionelt regi, så der indsamles viden og erfaringer fra flest mulige vinkler. Resultatet samles i en kort vejledning til de økologiske svineproducenter. P.g.a. forsinkelse i arbejdet blev vejledningen ikke færdig indenfor den ordinære projektperiode, hvorfor der er søgt projektførlængelse. Vejledningen vil anbefale flere samtidige tiltag, samt at porteføljen af tiltag tilpasses den individuelle bedrift.

## **Note 18. Bælgplanter - i pagt med de underjordiske**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Formålet er, at bælgplanter kan dyrkes forsvarligt i den økologiske produktion samtidig med, at ønsket om hyppigere dyrkning af bælgplanter tilgodeses. Dette opnås gennem øget kendskab til bælgplanternes patogener, så misvækst i afgrøderne undgås og bælgplanternes opbyggende egenskaber i det økologiske sædskifte kan udnyttes optimalt.

**Projektets aktiviteter:**

Del 1: Udvikling af vejledning til landmænd om inddragelse af bælgplanter i sædskiftet på forsvarlig vis. På baggrund af en gennemgang af relevant litteratur fra Danmark, Skandinavien, Europa og Canada vedr. jordbårne sygdomme i bælgplanter er der udarbejdet en vejledning om bælgplanter i sædskiftet. Udover at være baseret på viden fra litteraturen er den også et produkt af viden fra kommunikation om erfaringer hos fagpersoner fra Danmark, Sverige og England.

Del 2: Der er sideløbende med udarbejdelsen af vejledningen blevet noteret, hvilke områder der er mindre eller slet ikke belyst og lavet en kort oversigt over disse emner.

Del 3: På baggrund af plante- og jordprøveanalyser er der udarbejdet en rapport over resultaterne hvori sygdomsrisici ved hestebønnedyrkning belyses. Planteprøveanalyserne er foretaget via SEGES eget laboratorium og jordprøveanalyserne er foretaget via firmaet Agro Plantarum i Sverige.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 19. Forsøgsviden om økologisk kløvergræsproduktion**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Medfinansiering under EU-programmer /Det danske landdistriktsprogram / Erhvervsudviklingsordningen**

**Projektets formål:**

Formålet er, at der sker en fortsat udvikling af den økologiske produktion gennem højere udbytter i økologiske kløvergræsmarker. Der dyrkes kløvergræs på 1/3 af det økologiske areal, og på økologisk kvægbrug dyrkes der kløvergræs på 60-75 pct. af markerne. Målet er også at forbedre sammensætningen af græsarterne, så kløvergræsmarkerne er produktive i flere år.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet indeholder forsøg i økologiske kløvergræsmarker. Der blev i 2013 udlagt fire forsøg med forskellig sammensætning af kløvergræsblandinger for at undersøge, hvordan blandinger skal sammensættes for at have en optimal produktion set over 5 brugsår. 2018 var 5. og sidste brugsår og forsøget høstede med fokus på udbytte og kvalitet, hvilket sammen med de foregående års forsøgsresultater giver unik viden om produktionen fra 1. til 5. brugsår. Der er lavet økonomiberegninger på baggrund af forsøgene for at sammenligne forskellige sædskiftestrategier i markerne tæt ved gården, hvor der er behov for arealer til afgræsning

## **Note 20. Græsmælk**

**Tilskudsmodtager: Aarhus Universitet**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Formålet med projektet er at udvikle og dokumentere produktionen af mælk, baseret på en høj andel græs, dels som et differentieret mælkeprodukt, dels som et økologisk system, der kan bidrage til forsyningen af de øvrige sektorer med foder og næringsstoffer.

**Projektets aktiviteter:**

Projektets aktiviteter: Projektet anvender intensive forsøg, gård- og modelstudier samt laboratorieanalyser til at dokumentere effekten af fodring med store mængder græs i forhold til mælkenes sammensætning og teknologiske egenskaber, dyrenes sundhed og produktivitet, bedriftens afgrødeproduktion, økonomi og miljøbelastning, samt det overordnede perspektiv i relation til systemets potentiale i forhold til en forøget og mere afbalanceret produktion af økologiske fødevarer.

### **AP1: Bedriften**

Samarbejdet med de to case-bedrifter er fortsat i 2019. På bedrifterne blev der udarbejdet planer for græsmarksudnyttelse og baseret på en let revideret udgave af 2018 registreringerne, blev der lavet registreringer af køernes foderoptagelse, produktion, tilstand og sundhed og oplysninger om bedriftens markdrift, herunder næringsstoftildeling og udbytter i 2019. Herudover blev der på den ene bedrift iværksat individuelle vejninger af kælvkvier for om muligt at identificere årsagerne til en relativ lav ydelse i første laktation. På den anden bedrift blev der opsat udstyr til registrering af køernes adfærd såvel ude som under afgræsning – projektet vil i 2020 udnytte det til at understøtte analysen af store mængder frisk græs. Der er udarbejdet en årsrapport 2018 for hver bedrift (se hjemmesiden) som giver oplysninger omkring bedrifterne produktion. De foreløbige opgørelser fra 2019 viser et optag af frisk græs på ca. 3000 kg tørstof pr ko ved en kombination af frisk græs på stald og afgræsning, samt et udbytte i græsmarken som er betydeligt højere end i 2018. Der blev, som supplement til projektet, sået fem forskellige græsblandinger i foråret 2018, sponsoreret af DSV frø, med 4 gentagelser, i alt 9 ha med det formål at se nærmere på udvikling i botanisk sammensætning og dyrenes præferencer under afgræsning.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## AP2: Fodringsforsøg

Ved et intensivt fodringforsøg på DKC blev frisk græs sammenlignet med ensilage med henblik på at dokumentere effekten på foderoptagelse, ydelse og metanproduktion. Der var 4 behandlinger, frisk græs på to udviklingstrin, tidligt (beh 1) og sent (beh 2), begge uden tilskud af kraftfoder, beh 3 frisk græs på sent udviklingstrin med kraftfodertilskud og beh 4 græsensilage på samme udviklingstrin med kraftfodertilskud. Forsøget blev gennemført med 16 køer i 4 blokke som overkrydsningsforsøg med 2 perioder hver á 3 uger. Metanmålingerne blev foretaget i respirationskamre. Der blev i mårken registreret tilvækst og botanisk sammensætning og i stalden blev der registreret foderoptagelse, udtaget vom- og fæcesprøver til bestemmelse af foderets fordøjelighed, registreret æde- og drikkeadfærd samt daglig mælkeydelse og –sammensætning, og leveret mælkeprøver til detaljeret analyser af mælkesammensætning i AP3. Forsøget blev planmæssigt igangsat i uge 20 og blev afsluttet i juli 2019. Den planlagte styring af græsarealet med to kvaliteter af græs, 3 og 5 ugers slæt interval, fungerede fint, og der blev opnået de forventede forskelle i græskvalitet og køernes tørstofoptag samt mælkeydelse. De foreløbige resultater fra forsøget blev præsenteret på Økologi kongressen og er på projektets hjemmeside.

## AP3: Mælken

Der blev i 2019 indsamlet 5-6 tankprøver fra de to bedrifter til beskrivelse af variationen i mælkens sammensætning over sæsonen. Tidspunkterne for indsamlingen blev fastlagt ud fra forventet niveau og skift i græsmarksfoder således at der kan beskrives en årsprofil som kan knyttes til optaget af græs og græsmarksprodukter på besætningsniveau. Til sammenligning blev der desuden udtaget siloprøver på Thise fra henholdsvis økologisk og konventionel produktion. De indledende analyser af mælken fra 2018 viste bl.a. at fodring udelukkende med græs gav mest omega 3 fedtsyrer (n-3) efterfulgt af høj andel af græsfoeder og at økologisk silo mælk ligger højere end konventionel. For omega 6 fedtsyrer (n-6) har fodring udelukkende med græs lavest indhold mens økologisk og konventionel silomælk ligger ens og højest. Notat med de foreløbige resultater er på hjemmesiden. Herudover viste de foreløbige analyser af mælken fra fodringsforsøget (AP2) de forventede forskelle afhængig af andel og type af græsfoeder på bl.a. urea og fedtsyreprofil.

## AP4: Systemet

Baseret på data fra de to case-bedrifter (AP1) er der lavet de første beregninger omkring driftsøkonomi – med specielt fokus på omkostninger til græsmarksproduktionen. Resultaterne blev præsenteret på økologi kongressen. Til at understøtte implementering af projektets resultater er de indledende scenarieberegninger på omlægning af 2-3 konkrete ejendomme med traditionel økologisk mælkeproduktion til en mere græsbaseret produktion iværksat. Ved projektmøde blev rammerne for det videre arbejde diskuteret, idet system grænser og forudsætninger er særdeles afgørende for udfaldet. Der er udviklet en prototype af en model til at lave analyse af græsbaseret mælkeproduktions potentiale for at understøtte en afbalanceret økologisk udvikling, og de første beregninger er gennemført baseret på data fra sæsonen 2018. De meget afvigende vækstforhold i 2018 betyder dog at resultaterne i sig selv ikke er interessante, med arbejdet med model og data har klarlagt behovet for data og de udfordringer der er i at vurdere produkteffektiviteten i et kompleks system.

## Note 21. GreenPork – Økologisk svinekød produceret med græs-protein

**Tilskudsmodtager: Aarhus Universitet**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

GreenPork vil beskrive kød- og spisekvaliteten af svinekød fra slagtesvin fodret med 0, 5, 10 og 15% græs-protein, og dermed anviser hvordan græs-protein kan indgå som proteinkilde til økologiske slagtesvin med optimal kød- og spisekvalitet



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

Aktiviteter i GreenPork: Kød og spisekvalitetsanalyser

1. Prøveudtagning: 24 timer efter slagtning udtages to muskler (filet og yderlår) fra alle slagtesvin og kødet transporteres til Forskningscenter Foulum til bestemmelse af kød- og spisekvalitetsegenskaber.

2. Kød kvalitets målinger: pH og farve måles på de to muskler, og der udtages prøver til bestemmelse af fedtsyreprofil i kødet, samt oxidation efter lagring i hhv. 2, 5 og 7 dage ved 4°C. Teksturen måles med Warner Bratz-ler Shear force efter modning ved 4°C i hhv. 2 og 7 dage.

3. Spisekvalitetsanalyser: Dele af de to muskler vakuumpakkes og modnes i yderligere 6 dage ved 4°C (i alt 7 dage), hvorefter de anvendes til sensorisk analyse for aroma, smag og mørhed.

Den sensoriske analyse gennemføres af trænet smagspanel på DMRI, Teknologisk Institut, Høje Tåstrup.

4. Dataanalyse: Der gennemføres en statistisk analyse af effekten af forskellige mængder græs-protein i foderet til økologiske slagtesvin på de målte kød- og spisekvalitetsegenskaber beskrevet i aktivitet 2 og 3.

5. Formidling af resultater:

Resultaterne og konklusionerne er blevet vil blive formidlet gennem fagtidsskrifter og på internettet via DCA, og vil kunne præsenteres ved Dansk Økologi Kongres i efteråret 2019. Derudover forventes det, at resultaterne vil blive publiceret i et videnskabeligt peer reviewed tidsskrift.

## Note 22. Udvikling af økologiske mælkeproduktionssystemer med forlænget ko-kalv-samvær i mælkefodringsperioden

Tilskudsmodtager: Aarhus Universitet

Hovedformål: Forskning og forsøg

### Projektets formål:

Projektets hovedformål er at udvikle mælkeproduktionssystemer, hvor kalvene går hos deres mødre i mælkefodringsperioden. Projektet har fire delmål, som hver refererer til en arbejdsopgave.

1) Udtrække essentiel læring gennem analyse af eksisterende malkekvægssystemer med ko-kalv-samvær i Tyskland og Holland.

2) Udvikle realistiske scenarier for ko-kalv-samvær i danske besætninger gennem screening af forskelligartede økologiske malkekvægsbesætninger og teoretiske vurderinger.

3) Gennemføre forsøg som fokuserer på succesfuld tilknytning mellem ko og kalv, virkning af hel-og halvdags ko-kalv kontakt samt metoder til senere skånsom adskillelse af ko og kalv.

4) Udvikle strategier og pasningsrutiner, som sikrer tilknytning mellem ko og kalv, skånsom fravænnning og velfærd for både ko og kalv gennem hele samværsperioden i forskellige malkekvægssystemer.

### Projektets aktiviteter:

Projektet er opdelt i fire arbejdsopgaver, som hver især korresponderer med ovennævnte delmål.

Arbejdsopgave 1: Syntese og analyse af nuværende systemer med ko-kalv-samvær i Tyskland og Holland (2019-2020):

Formålet med AP1 er at opsamle erfaringer med praktiske, produktivitetmæssige og økonomiske konsekvenser af implementering af ko-kalvsamvær i en bred vifte af mælkeproduktionssystemer i bl.a. Tyskland og Holland. I AP1 har der været studietur til Holland og Tyskland med indsamling af data fra eksisterende ko-kalv-besætninger, hhv. 5 hollandske og 3 tyske besætninger. Denne første studietur er gennemført i samarbejde med projektet 'GrazyDaisy', der har betalt udgifterne for selve studieturen. Herudover er 2 Danske systemer med ko-kalv samvær besøgt og beskrevet. Og endelig har der været en studietur til Skotland hvor endnu 2 gårdsystemer med ko-kalv samvær blev besøgt og beskrevet.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

AP1 skulle efter planen være afsluttet med udgangen af 2019 men der er søg og bevilliget udskydelse af nogle af projektets midler. Dataindsamlingen er stort set gennemført men der mangler en studietur til norske ko-kalv systemer, ligesom analysen og syntesen af disse resultater er udskudt til 2020. Beskrivelserne af systemerne med ko kalv bliver tilgængelig online (f.eks. via Organic Eprint) endvidere er de formidlet på EAAP 2019 og til Den danske Økologi Kongres 2019, samt vil blive beskrevet i paper til Forkongres til IFOAM i efteråret 2020.

Arbejdspakke 2: Forskellige scenarier for implementering af systemer med ko-kalv-samvær i danske økologiske malkekvægsbesætninger (2020):

Formålet med AP2 er at udvikle realistiske scenarier for ko-kalv-samvær i danske besætninger gennem screening af forskelligartede danske økologiske mælkeproduktionsbedrifter samt teoretiske vurderinger og beregninger. Denne AP påbegyndes først i 2020.

Arbejdspakke 3: Forsøg med ko-kalv tilknytning, hel- og halv-dags ko-kalv kontakt og skånsom fravæning i ko-kalv systemer (2019 og 2020):

Formålet med AP3 er at udvikle og teste metoder til

- 1) at styrke tilknytning mellem ko og kalv,
- 2) at holde køer og kalve sammen og
- 3) at reducere stress ved fravæning.

AP3 gennemføres i samarbejde med planlagte aktiviteter i projektet 'GrazyDaisy'.

I AP3 blev der i foråret 2019 gennemført et forsøg med det formål at udvikle metoder til at facilitere isolationsøgning hos kælvende køer på græs. Denne aktivitet blev gennemført i samarbejde med projektet 'GrazyDaisy' på gården Sommerbjerg ved Ejstrupholm. Der blev etableret to forsøgsfolde på ca. 75 x 150 m. I den ene fold var placeret 12 afskærmninger (kælveskjul), jævnt fordelt i folden, mens den anden fold var uden kælveskjul. Der er ensartet adgang til foder, vand og skygge i begge folde. Forsøget blev igangsat 17 juni. Hver anden tirsdag blev der indsat 14 køer i fold med kælveskjul og hver anden tirsdag indsat 14 køer i fold uden kælveskjul. Forsøgskøerne er mindst 6 dage fra forventet kælvning, men så tæt på 6 dage fra forventet kælvning som muligt. Køerne udgår af forsøget efterhånden som de kælder, og køer der ikke kælder indenfor 14 dage udgår af forsøget. Hver fold dækkes af 8 videokameraer, der tillader registrering af detaljeret data for hvor koen kælder, samt placering, positur og adfærd fra 3 timer før kælvning, indtil 3 timer efter kælvning omfattende maternal adfærd og forstyrrelser fra andre køer. Kalvens placering, positur og adfærd registreres 3 timer efter kælvning. 82 køer kælvende i forsøget og det var muligt at registrere adfærd via for 72 køer (36 med skjul og 36 uden skjul). Disse video er nu indsamlet og under editering. Der søges efter en vært for næste sæson, hvor tilknytning og skånsom fravæning skal undersøges

Arbejdspakke 4: Analyse og udvikling af strategier og pasningsrutiner under forskellige danske produktionsforhold (2019 og 2020):

Formålet med AP4 at udvikle vejledninger til valg af ko-kalv-systemer, samt konkrete pasningsanvisninger på et velundersøgt grundlag I AP4 blev der i 2019 indsamlet materiale, dels baseret på interviews i Holland, Norge, Frankrig og Danmark, og dels litteratur, herunder rapporter fra Schweiz, Holland, Sverige og Tyskland om emnet. På baggrund heraf er en dansk rapport med den planlagte titel "Strategier og managementrutiner, som sikrer tilknytning, blid fravæning og velfærd gennem samværsperioden i besætninger med ko-kalv-samvær", under udarbejdelse og de første elementer af en web-baseret pasningsvejledning udarbejdes med billeder, illustrationer, tekst-forklaringer og video-klip, som følger nedenstående disposition:

- 1) Indledning
- 2) Ko og kalv i et naturligt forhold

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

3) Vejledninger til ko-kalv-samvær i følgende typer af systemer: a. Malkestald b. Robot c. Heltids-samvær d. Deltids-samvær e. På græs f. Dybstrøelse g. Sengebåse h. Jævn kævningsfordeling i.

Kælvningssæson

4) Som driftsleder skal du særligt overvåge følgende ...

5) Case-beskrivelser Herved beskrives alle faser af koens og kalvens liv gennem mælkefodringsperioden i forskellige systemer, og med eksempler fra case-beskrivelser.

Rapporten og det første materiale til den web-baserede version blev præsenteret og debatteret ved 3 lejligheder i slutningen af 2019. Råmaterialet til denne vejledning er blevet udarbejdet, men der mangler stadig nogle detaljer i nogle af case-beskrivelserne fra udlandet, samt krydshenvisninger mellem case-beskrivelserne og de specifikke afsnit. Der indgår Rapporten og materialet blev debatteret ved 1) et aftensseminar på Hellevad Vandmølle 25. september 2019, hvor en gruppe på 19 personer på studietur om ko-kalv-systemer debatterede egne indtryk i forhold til de fremlagte fund i casestudierne, 2) et temamøde den 6. oktober i samarbejde mellem ØL og Them Mejeri med deltagelse fra bygningsrådgivere, kvægrådgivere, forskere og landmænd, 3) ved den danske økologikongres den 21. november 2019 i Vingsted-centret, hvor der var en session om ko-kalv samvær med 114 deltagere, og 3) et arbejdsseminar afholdt den 12. december på Forskningscenter Foulum indenfor projektgrupperne GrazyDaiSy og KALVvedKO, hvor de konkrete cases og planer for rapporten blev gennemgået. Dette projekt samarbejder med GrazyDaisy projektet, der finansierer grundforsøget i AP3, men hvor der ikke er lønmidler til de meget vigtige registreringer, der gennemføres i dette projekt. Endvidere har projektpartnere i GrazyDaisy hjulpet med at skaffe kontakt til landmænd i Holland, der praktiserer ko-kalv-samvær (AP1).

## **Note 23. Kortlægning af dansk økologisk mejerimælk - Danmilk**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets hovedformål er at indsamle og udføre en omfattende monitorering af den indvejede økologiske silomælk fra et repræsentativt antal danske mejerier (15 mejerier) og deres forskellige linier over en periode på 2 år, og undersøge hvordan dens sammensætning og specifikke komponenter varierer hen over året. Der tages prøver månedligt.

### **Projektets aktiviteter:**

Milepæl 2019 2020

M1: Udvalgelse af mejerier

M2: Indsamling af kernetdata for udvalgte økologiske mejerier

M3: Indsamling af mælkeprøver

M4: Analyser på frisk mælk

M5: Analyser på frosne mælk

M6: Publicering og øvrig vidensspredning

M1: Udført M2: Udført. M3: i gang M4: i gang M5: Ikke i gang endnu M6: i gang

Projektet er i gang som planlagt. Der er ansat en PhD studerende fra 1. april 2019, og prøvetagninger er i fuld gang siden maj/juni 2019. Den største del af forårets aktiviteter i 2019 har omhandlet udarbejdelse af plan for prøvetagning og analyser, herunder kontakt og aftaler med mejerier, som indgår i projektet. Der er gennemført 8 prøvetagningsrunder fra de deltagende mejerier (pr januar 2020), og dette vil pågå over samlet 2 år. Vi har, sammen med mejerierne, udvalgt ca. 30 forskellige linier af mælk, dækkende geografi, produktionsformer, racer mv, og den indvejede silomælk kommer fra 15 individuelle mejerilokaliteter. De analyser, der laves på frisk, rå mælk laves løbende, ligesom den ved modtagelsen også bliver fraktioneret og udportioneret til videre analyser på frosne prøver. Som noget nyt er der indgået aftale med

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Eurofins Milk Testing om at de måler celletal (SCC), differentieret celletal (DSCC) samt kimtal uden beregning, og dermed indgår i projektet.

Løbende plan for analyser på frisk (fuld/skummet) mælk:

- Indsamling af månedlige mælkeprøver fra samarbejdende mejerier o Overordnet sammensætning (Milkoscan) o Celletal, både SCC og DSCC (eksternt analyselaboratorium, Eurofins)
- o Kimtal (eksternt analyselaboratorium, Eurofins)
- o pH
- o Ledningsevne
- o Fedtkuglefordeling

Frossen mælk: Der analyseres desuden en række parametre på frosne mælkeprøver, bl.a. er phytoøstrogenplanlagt. Vi har haft en specialestuderende fra Kemisk Institut (Jeanette Würts, 60 ECTS) tilknyttet projektet i 2019, hvor hun har arbejdet med prøveforberedelse af mælk til LC-MS analyse, samt metodeudvikling af disse komponenter.

## **Note 24. Økologi på uddannelser**

### **Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer**

#### **Hovedformål: Afsætningsfremme**

#### **Projektets formål:**

Formålet med projektet var at øge fokus på økologi blandt elever, studerende og faglærere på landets fødevarerrelaterede uddannelser samt skabe dialog mellem producenter og aftagere, hvilket på sigt skal føre til øget udvikling og afsætning af økologiske varer.

#### **Projektets aktiviteter:**

Projektets aktiviteter:

AP1: Økologiske Food Figthers

Gennem en tre-dages tur med teoretiske oplæg og produktionsbesøg blev 12 elever og studerende fra forskellige fødevarerrelaterede uddannelser klædt på med viden om og indsigt i økologiens fortrin. De 12 Økologiske Food Fighters har efterfølgende ageret ambassadører for økologien på deres skoler og lærepladser. Konkret er følgende aktiviteter blevet udført: - Udarbejdelse og strategisk planlægning af tre-dages tur, som præsenterer de Økologiske Food Fighters for relevant viden om økologi og bæredygtighed. - Rekrutteringsindsats for at finde og udvælge årets 12 Økologiske Food Fighters – herunder indsats på Facebook.

- Oplæg og vidensdeling om økologi fødevarerrelaterede uddannelsesinstitutioner.

- Planlægning, afvikling og evaluering af Økologisk Food Fighter-forløb, som præsenterede teoretiske og praktiske elementer af økologien og introducerede til formidlingsdisciplinen

AP2: Brush-up dag

I december blev der samlet 20 tidligere, Økologiske Food Fighters. Disse er nu færdiguddannede og besidder forskellige jobs i fødevarerbranchen – fra slagterjob med kundebetjening til medarbejder i køkkener med indkøbsansvar. På Brush-up-dagen blev de tidligere, Økologiske Food Fighters opdateret med viden om den økologiske produktion og forbrugerindsigter ift. økologisk forbrug. De fik også mulighed for at dyrke hinandens tværfaglighed, hvilket gav grobund for samarbejder på tværs. Konkret er følgende aktiviteter blevet udført: - Rekrutteringsindsats, som førte til 22 tilmeldinger (2 meldte afbud på dagen pga. sygdom) - Planlægning, afvikling og evaluering af brush-up dag - Samling af 20 tidligere, Økologiske Food Fighters, som bliver opdateret med viden om økologi og trends, som de aktivt kan bruge og videreformidle i deres professionelle virke.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

AP3: Fra Greb til Gaffel

40 kokke- og landbrugselever deltog i øko-praktik i hhv. et økologisk køkken og et økologisk landbrug. Her fik de indsigt i hele råvarernes rejse fra jord til bord, samt hvilke udfordringer og muligheder der er ift. at samarbejde på tværs af værdikæden.

Konkret er følgende aktiviteter blevet udført:

- Rekruttering af kokkeelever, landbrugselever og landbrugs- og køkkenværter
- Planlægning, afvikling og evaluering af faglig introdag på Dalum Landbrugsskole.
- Planlægning, afvikling og evaluering af øko-praktik i samarbejde med de deltagende skoler (Hotel- og restaurantskolen, Dalum Landbrugsskole, Asmildkloster Landbrugsskole og Bygholm Landbrugsskole)
- Genoptryk af undervisningsmaterialer
- Strategisk indsats overfor skolerne, som har ført til at de i højere grad tager ejerskab for projektet.
- Fælles presseindsats med de deltagende skoler

## **Note 25. Økoboost til fremtidens landmænd**

**Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer**

**Hovedformål: Uddannelse**

Projektet blev ikke gennemført i 2019.

## **Note 26. Økologi for de mindste – til grundskolens 1-3. Klasse**

**Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer**

**Hovedformål: Uddannelse**

**Projektets formål:**

Formålet med projektet er at give børn i grundskolens yngste klasser viden om, hvad det røde Ø-mærke betyder og hvilken produktionsform, der gemmer sig bag mærket. Ved at udnytte børns naturlige nysgerighed over for dyr og mad får de en grundlæggende viden om økologi, som de senere kan bygge videre på.

**Projektets aktiviteter:**

Der er produceret et læremiddel som vi samlet set har kaldt Økologiens ABC, der består af følgende delelementer:

Klare og Elias ser på økologi - Fagbog til 1.- 3. klasse på 24 sider.

Trykt Mogens Måge på eventyr i økologien - Fagbog til 1.-3. klasse på 28 sider.

Trykt Huske-øko; Et vendespil med 2x30 brikker i stofpose med påtrykt logo.

Trykt. Materialerne er pakket i kasser med classesæt af materialer.

## **Note 27. Øget produktion af øko-ungtyre af malkekvægsrace (2)**

**Tilskudsmodtager: Center for frilandsdyr**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at skaffe vidensgrundlag for at kunne øge produktionen af økologiske ungtyre og dermed øge udbuddet af økologisk oksekød. Den samlede indtjening vil blive højere, hvis de økologiske tyrekalve forbliver økologiske. Forbrugerne vil få mere økologisk hakket oksekød og tilmed kan en effektiv økologisk ungtyreproduktion imødekomme ønsket om økologiske fødevarer med lavere klimabelastning pr kg kød.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

### AP 1) Produktionssystemer og håndtering af ungtyre

Der er indsamlet erfaringer vedr. hvordan produktionsformen gennemføres i praksis igennem besætningsbesøg på to bedrifter (månedlige besøg), herunder fokus på håndtering af ungtyrene, fodring, adfærd, holdstørrelse, arealet, arbejdstid. I projektet er det valgt at tage på kursus indenfor håndtering af kvæg/arbejdssikkerhed, for at få den nyeste viden med i vejledningen. Forskellige strategier i forhold til afgræsning/fodring og slagtetidspunkt er drøftet med landmænd (bedriftsniveau). Viden fra de to bedrifter er indarbejdet i bl.a. fakta-arkene. Grundlaget til økonomiberegninger samt økonomimodellen udarbejdet i AP 2 er lavet. Praktiske anbefalinger om fodring, produktionssystem og håndtering målrettet landmænd er udbredt via bl.a. artikler, video og fakta-ark beskrevet under AP 3).

### AP 2) Økonomi

Der er lavet beregninger på produktionsøkonomien i en økologisk ungtyreproduktion af malkekvægsrace. Det er valgt at have fokus på økonomiresultater fra besætning 1, som har været en god case-besætning og hvor tilstrækkelige data er indsamlet i AP 1. Der er lavet en økonomi-model som er bedriftsspecifik, hvor landmanden selv skal indtaste egne oplysninger. Med modellen kan landmanden selv estimere, hvornår det er optimalt at slagte sine øko ungtyre af malkekvægsrace bl.a. afhængig af kalvens fødselstidspunkt og fodringsintensitet. Data fra arbejds pakken er ligeledes blevet brugt til 10 forskellige strategier udregnet i projektet "Produktion af øko-ungtyre med lav klimabelastning", finansieret af KAF. Økonomiberegningerne er fremlagt bl.a. ved Kvæggkongressen 2019, Økologikongressen 2019, i fakta-ark og artikler beskrevet i AP 3.

### AP 3) Formidling og implementering

Projektets formidling er målrettet landmænd og formidlet via flere forskellige kanaler fra kongresser, artikler, videoer og nyhedsbreve. På denne måde er viden kommet ud til så mange som muligt med finansieringen i dette projekt.

- Note i Frilands Halvårsrapport (juni 2018).
- Fællesmøde med SEGES ved øko ungtyre-producent med fokus på fodring, slagtestrategi og avl, november 2018, herunder notat til landmand om slagtestrategi/fodring/avl målrettet producenten (november 2018).
- Opslag på SEGES Økologi Facebook-side med landmands strategi til vurdering af slagtevægt. Dette er delt til Økokalkvekampens Facebookside (december 2018).
- Artikel med slagtestrategi/vurdering af slagtevægt på Landbrugsinfo og Landmand.dk "Grundig vurdering af ungtyrene kan give bedre afregning" (december 2018).
- Video med slagtestrategi på SEGES.tv
- Vurdering af slagtevægt og projektet er fremlagt ved Frilands Årsmøde (november 2018, november 2019)
- Artikel om slagtestrategi på øko-ungtyrebedrift i "Økologi – Inspiration til jordbruget": Runde "ballontyre kontra bisonoksetræk" (februar 2019).
- Artikel "Sæsonslagtning kan optimere økonomien på øko-oksekød" (delvist finansieret af ØkoKød) i Økologi – Inspiration til jordbruget (november 2019)
- Video: Praktisk hold af ungtyre (Frilandsdyr.dk)
- Kongresmøde: "Økologisk kød på handyr", Kvæggkongres 2019
- Kongresmøde: "Produktion af økologiske ungtyre", Økologikongres 2019 samt præsentation på stand (bl.a. film på Ipad og uddeling af fakta-ark)
- Afsluttende møde i projektgruppen med præsentation af ungtyrenes adfærd på de to bedrifter (november 2019)
- 4 fakta-ark er lavet omhandlende: 1) Fodring, 2) Produktionssystemer og strategier, 3) Håndtering og 4. Økonomi. Hertil et omslag, som samler denne viden. Omslaget favner også fakta-ark om klima i ungtyreproduktionen finansieret af KAF, således alt viden samles.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

- Regneark med model for optimering af slagtetidspunkt, hvor landmænd på bedriftsniveau kan vælge slagtestrategi ud fra bedriftsspecifikke forudsætninger.
- Nyhedsbreve: Frilands Nyhedsbrev den 16/8 2019 og nyhedsbrev første kvartal 2020. Derudover arbejdes der på, at der udkommer nyheder via Dyrenes Beskyttelse vedr. projektsresultaterne første halvår af 2020.
- Der arbejdes desuden på 3 artikler til Landbrugsinfo (hhv. økonomi, produktionssystemer og fodring), som udkommer første kvartal af 2020. Projektets hjemmeside er opdateret: <https://www.frilands-dyr.dk/2019/03/31/oegget-produktion-af-oeko-ungtyre-af-malkekvaegsrace/>.

## **Note 28. Dyrkningsvejledning for økologiske æbler og pærer**

**Tilskudsmodtager: Foreningen for biodynamisk jordbrug**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at gøre det lettere for frugtavlere at opnå et godt hektarudbytte i økologiske æbler og pærer og dermed mindske klimabelastningen pr. kg frugt. Når vejledningen bliver fulgt, vil chancen for at opnå et højt og stabilt udbytte af økologiske æbler og pærer øges. Dermed bliver der øget adgang til danske økologiske æbler og pærer i butikkerne, noget forbrugere efterspørger meget.

**Projektets aktiviteter:**

Der er produceret en del af en skriftlig dyrkningsvejledning for økologiske æbler og pærer. Vejledningen består af tekst, fotos og filmklip og er skrevet i et samarbejde mellem konsulenterne Maren Korsgaard (Økologisk VKST) og Hanne Lindhard Pedersen (Hortiadvice). Filmklippene viser alle årets arbejdsprocesser i plantagen. Råfilmene er blevet optaget løbende i hele 2019 i 10 forskellige plantager. 12 af filmene blev færdigredigeret i 2019, mens de resterende 21 filmklip redigeres færdig i 2020. Filmklippene blev optaget af begge konsulenter i 8 økologiske frugtplantager samt på forsøgsarealer på Aarhus universitet og Københavns universitet. Teksten til vejledningen bliver ligeledes færdigredigeret i 2020.

## **Note 29. Klogere på biodynamiske principper og praksis - kurser for landmænd, medarbejdere og konsulenter.**

**Tilskudsmodtager: Foreningen for Biodynamisk Jordbrug**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Formålet med projektets aktiviteter er at højne vidensniveauet om de biodynamiske principper og dyrkningsmetoder hos nye biodynamiske landmænd og deres medarbejdere, 'omlæggere' og interesserede økologiske landmænd samt konsulenter med henblik på at øge deres viden, engagement, faglige dygtighed og driftsmæssige robusthed. Det er tale om kursusindhold, der ikke tilbydes andre steder i den økologiske branche

**Projektets aktiviteter:**

Projektet er blevet udsat til at blive gennemført i 2020 pga. af projektleders sygdom. Dette er sket efter aftale med Fonden for økologisk landbrug. Projektleder i 2020 er Klaus Loehr-Petersen

## 2. Særlig pulje: Økologisk Eksportfremme

### Note 1. BioFach – mangfoldig fællesstand med øget kommerciel fokus

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

#### Projektets formål

Formålet med projektet var at etablere en dansk økologisk fællesstand på verdensstørste økologimesse, BioFach, for derigennem at styrke og videreudvikle afsætningen af økologiske fødevarer til nære såvel som nye eksportmarkeder. Fokus for fællesstanden var et kommercielt fokus både før, under og efter messen med henblik på at øge den økologiske afsætning samt inspirere og motivere de internationale beslutningstagere til at udvide deres økologiske sortiment. Fællesstanden blev etableret i samarbejde med netværket Bio Aus Danmark.

#### Projektets aktiviteter

BioFach i Nürnberg blev afholdt i februar 2019, og messen har over 50.000 besøgende. BioFach er et vigtigt sted at promovere økologi og dermed fremme eksporten, såvel som det er et oplagt forum at markedsføre Danmark som økologination. Deltagelse på messen er desuden med til at synliggøre, at virksomheder med økologisk udbud er klar til at eksportere, og giver samtidig beslutningstagere fra afsætningskanalerne i hele verden mulighed for at få et nemt overblik over økologi på ét sted.

Der blev gennemført følgende aktiviteter i projektet:

1. Forberedelse og planlægning af den økologiske fællesstand
2. Dialog med og invitationer til beslutningstagere hos detailkæder og grossister på eksportmarkeder
3. Sparring med udstillere om deres forventninger til messedeltagelsen
4. Opbygning og etablering af fællesstanden i samarbejde med standopbygger
5. Gennemførelse, facilitering og værtskab på den danske fællesstand
6. Øget kommercielt fokus under messen med henblik på at afsætte flere økologiske varer
7. Presseindsats og markedsføring på sociale medier både før, under og efter messen
8. Opfølgning og evaluering med udstillere og internationale beslutningstagere

### Note 2. Organic Export Academy - Øget økologisk eksportpotentiale via kompetencegivende akademi

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

#### Projektets formål

Formålet med projektet er at understøtte, videreudvikle og styrke virksomhedernes eksportkompetencer for derigennem at øge afsætningen af økologiske fødevarer på eksportmarkederne. Mange virksomheder er stadig på et tidligt stadie i deres eksportarbejde og søger derfor fortsat viden, værktøjer, erfaring og inspiration.

#### Projektets aktiviteter

Der er gennemført følgende aktiviteter i projektperioden:

1. Planlægning af program med seminarer og inspirationsture
2. Formidling af program for seminarer og inspirationsture og indhold til virksomheder med økologisk sortiment via nyhedsbreve, annoncer og website
3. Detaljeret planlægning samt afholdelse af de enkelte seminarer og inspirationsture
4. Opfølgning, evaluering og udsendelse af materiale fra seminarer

Følgende fire seminarmoduler (i alt 8 halvdagsseminarer og 2 inspirationsture) blev udbudt under projektet:

1. Øget markedskendskab - økologisk eksport til oplagte nære eksportmarkeder samt nye udvalgte eksportmarkeder.
2. Eksportløft ift. varettagelse af dialog med økologiske eksportkunder på messer eller til kundemøder
3. Øget kendskab til trends og konceptudvikling for økologiske fødevarer på eksportmarkeder
4. Inspirationsture til markeder, der kan være med til at øge trends- og innovationsniveauet og derved eksporten af økologiske fødevarer



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

1. Øget markedskendskab - økologisk eksport til oplagte nære eksportmarkeder samt nye udvalgte eksportmarkeder (4 halvdagsseminarer)

- Seminar om Private Label, oplæg ved Markus Krick, BioZentrale
- Seminar om Amazon, oplæg ved Yara Molthan, E-Tribes og Jens Madsen, Davafoods
- Seminar om bæredygtighed/Tyskland ved Tanja Asmussen, Ambassaden i Berlin
- Seminar om Polen – nye eksportmarkeder ved Nanna Navntoft og Pernille Bundgård, Organic Denmark

2. Eksportløft ift. varetægelse af dialog med økologiske eksportkunder på messer eller til kundemøder (2 halvdagsseminarer)

- Oplæg om eksportløft via private label messe ved Organic Denmark
- Oplæg om international messe forberedelse ved Organic Denmark

3. Øget kendskab til trends og konceptudvikling for økologiske fødevarer på eksportmarkeder (2 halv-dagsseminarer)

- Seminar om online salg og sociale medier ved OTW
- Seminar om fremtidens fødevarer trends og markedstendenser ved Flemming Birch

4. Inspirationsture til markeder, der kan være med til at øge trends- og innovationsniveauet og derved eksporten af økologiske fødevarer

- Inspirationstur til Amsterdam
- Inspirationstur til New York

## Note 3. Fælles eksportfremstød på PLMA 2019

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet var at etablere en 100% økologisk fællestand på PLMA og derigennem fremme afsætningen af økologiske fødevarer til nære og nye eksportmarkeder ved bl.a. at skabe kontakt mellem udstillende virksomheder og internationale beslutningstagere. Dette skete via en målrettet indsats mod de internationale beslutningstagere både før, under og efter messen. Erfaringer fra dette års messe såvel som tidligere års deltagelse viser, at Økologisk Landsforening netop spiller en vigtig rolle i at skabe kontakt mellem beslutningstagere og udstillerne.

### Projektets aktiviteter

PLMA er et stærkt brand og verdensførende private label-messe med knap 15.000 besøgende i 2018. Økologisk Landsforenings deltagelse på messen i 2019 bekræftede, at PLMA er et vigtigt og aktuelt kontaktskabende mødested for virksomheder og internationale beslutningstagere. De besøgende er højtrangerede indkøbere fra verdensførende detailkæder og grossister, og det gør PLMA til en utrolig vigtig afsætningsplatform for økologiske produkter.

Der blev gennemført følgende aktiviteter i projektet:

- I. Forberedelse og planlægning af en 100% økologisk fællesstand med 10 udstillere
- II. Dialog med og invitationer til internationale beslutningstagere hos detailkæder og -grossister
- III. Sparring med udstillerne om deres forventninger til messedeltagelsen
- IV. Etablering af en 100% økologisk fællestand på PLMA 2019
- V. Gennemførelse og værtskab på fællesstanden under messedagene
- VI. Øget kommercielt fokus under messen med henblik på at afsætte flere økologiske fødevarer
- VII. Presseindsats og markedsføring på sociale medier både før, under og efter messen
- VIII. Opfølgning og evaluering med udstillere og internationale beslutningstagere

## Note 4. Branding af verdens førende økologination

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål var at brande Danmark som verdens førende økologination for derigennem at øge afsætningen af økologiske fødevarer på eksisterende og nye eksportmarkeder samt bruge formidling af now-how til at skabe adgang til kommercielle samarbejdspartnere hos detailkæder og grossister samt til medier og meningsdannere på de største eksportmarkeder.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter

Branding af "Verdens førende økologination" omfatter en offensiv kommunikation af de resultater og erfaringer, der er opnået i Danmark i både detailhandlen, foodservice og forbrugerformidlingen samt en direkte formidling af know-how til udenlandske beslutningstagere via præsentationer skræddersyet til deres interesser og vidensbehov. Projektet har bidraget til at øge adgangen til nye internationale beslutningstagere samt fastholde samarbejdet med eksisterende kontakter og de konkrete præsentationer har bidraget til øget afsætning af økologiske fødevarer hos virksomheder.

Der blev gennemført følgende aktiviteter i projektet:

- Præcisering af markeder og specifikke aktører som fokus for brandingfremstød
- Planlægning og udarbejdelse af præsentationer til udvalgte eksportmarkeder og til udvalgte nøgleaktører
- Udarbejdelse af markedsføringsmateriale for "Verdens førende økologination"
- Formidling af præsentationer tilpasset udvalgte eksportmarkeder for udvalgte målgrupper
- PR-indsats og kommunikation via sociale medier

Der er ligeledes givet anvisninger på, hvorledes økologi effektivt kan anvendes til at understøtte de forskellige målsætninger, der er blandt både kommercielle aktører og hos myndigheder.

## Note 5. BioFach – forprojekt til 2020

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med dette projekt var at gennemføre et effektivt, retvisende og grundigt forarbejde for fællesstanden på BioFach i 2020 for således at opnå en succesfuld gennemførelse af messen for udstillerne.

## Projektets aktiviteter

Der blev gennemført følgende aktiviteter i projektet:

- Dialog og forhandling med BioFach-ledelsen i Nürnberg om standareal, placering m.m. I BioFach 2020 flytter den danske fællesstand ind i en ny hal, som forventelig vil være en opkvalificering af placeringen.
- Udarbejdelse og udsendelse af invitation til fællesstanden på BioFach 2020 til virksomheder med økologisk produktion
- Koordinering af tilmeldinger, indsamling af De Minimis og forventningsafklaring med udstillerne
- Forberedelse af kommercielle tiltag målrettet internationale beslutningstagere
- Forhandling og samarbejde med standopbygger om standudstyr, indretning, plantegning, kontrakter m.m.

## Note 6. Deltagelse og markedsføring af økologiske fødevarer på ANUGA 2019 i Köln

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål var at udvikle og fastholde eksporten af økologiske fødevarer til en række nøglemarkeder gennem deltagelse med fællesstand for økologiske fødevareeksportører på verdens største fødevareudstilling ANUGA i Köln. Deltagelse på fællesstand skabte mulighed for adgang til det største marked i Europa for økologi samt til en række andre nøglemarkeder.

## Projektets aktiviteter

Projektet var fokuseret omkring én hovedaktivitet, deltagelse på ANUGA 2019, som er verdens største fødevaremesse og et vigtigt samlingspunkt for hele industrien. Den fælles økologiske stand dannede rammer for en indsats, hvor deltagerne fik et optimalt set-up for at (gen)møde relevante indkøbere og samarbejdspartnere. Standen var et vigtigt udstillingsvindue for de økologiske producenter, og fungerede som fælles platform for en samlet økologisk indsats.

I den økologiske hal har Landbrug & Fødevarer i en række år været synlige med en fælles økologisk stand og gennem tiden opbygget en solid ekspertise i deltagelse med økologiske virksomheder på messen. De besøgende kendte derfor fællesstanden, der med sit åbne og indbydende design var samlingspunkt for dialog

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

om økologisk produktion. Standen var således et vigtigt udstillingsvindue for de økologiske producenter, og fungerede som fælles platform for en samlet økologisk indsats.

Forud for selve messen afholdtes et udstillermøde, hvor gruppen foruden de praktiske detaljer og informationer om set-up'et, blev præsenteret for muligheder på markedet. Her havde virksomhederne også mulighed for at møde to øko-grossister, der præsenterede deres forretningsstrategi og mødte virksomhederne til 1:1 møder. Udstillergruppen var således særdeles godt forberedt til at deltage på messen.

## **Note 7. BioFach Shanghai 2019 – deltagelse på fødevaremesse og markedsføring af økologiske fødevarer**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål var at støtte økologiekporten til Kina gennem tilstedeværelse på Kinas vigtigste messe for økologiske fødevarer, BIOFACH CHINA. Formålet var at uddanne de besøgende i økologiens kvaliteter for således at højne interessen for de økologiske fødevarer gennem information om økologiens produktionsmetoder og kvaliteter.

### **Projektets aktiviteter**

Den primære aktivitet var deltagelse på den økologiske fødevaremesse BIOFACH CHINA i Shanghai fra d. 15. – 17. maj 2019. Den økologiske fællesstand var placeret meget centralt ved indgangen til hallen. Standen var opbygget i et åbent moderne standdesign og indbød de forbigående til dialog om kvaliteter, krav og principper i den økologiske produktion. Der blev til de besøgende på standen uddelt kinesisk markedsføringsmateriale om økologi. De enkelte virksomheder præsenterede de besøgende, som var indkøbere, myndigheder og certificeringsbureauer osv. for deres produkter.

Fællesstanden var centralt placeret og adskilte sig fra de øvrige på messen med sit åbne, nordiske design, der tiltrak messens gæster. Standen modtog også anerkendelsen som 'Best Pavilion' og flere af virksomheder tog del i den organiserede 'messe-tour', hvor de var en del af turen og dermed tiltrak yderligere gæster.

For at forberede virksomhederne optimalt, blev dialogen med relevante aktører startet forud for messen. En reception og networking event var arrangeret i samarbejde med Generalkonsulatet i Shanghai. Formålet med eventen var at give virksomhederne mulighed for at møde/genmøde kinesiske aktører fra det kinesiske marked.

## **Note 8. Food service indsats på nærmarkeder – Sverige og Tyskland**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål var at støtte producenterne i deres afsætning af økologiske varer til Tyskland. Dette gjordes ved at skabe afsætningsaktiviteter rettet mod foodservicesektoren på markedet. Gennem seminarer, produktpræsentationer og møder fik eksportører af økologiske fødevarer kontakt til grossister, cateringselskaber og storkøkkener/restauranter på begge markeder. Gennem præsentationer af omlægningscases fra Danmark og Tyskland skabtes opmærksomhed omkring leverandørerne af økologiske fødevarer.

### **Projektets aktiviteter**

Økologi i tysk foodservice er i vækst og det handler om, at være med når det virkelig går løs – og tyskerne ikke selv kan levere i de efterspurgte mængder. "Indtil videre findes der ikke mange økologiske produkter i tysk foodservice. Men jeg har arbejdet mere end 20 år med tysk foodservice og jeg kan spore en stor interesse for økologiske varer. I løbet af de næste 5 år vil tyske grossister efterspørge mange økologiske varer. Derfor er det vigtig at man holder sig orienteret." Danish Biorganic.

Projektet bestod af tre hovedaktiviteter: (1) fremstød ifm. GV Praxis Trendtage, (2) tyske økoaktører til Danmark og (3) virksomhedsfremstød i Berlin.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

(1) Første fremstød blev afholdt ifm. GV Praxis' årlige Trendtage. GV Praxis er Tysklands førende foodservice magasin og når ud til alle væsentlige aktører i branchen. "GV-Praxis er det vigtigste fagblad indenfor tysk foodservice. Alle beslutningstager i tysk foodservice læser det. Derfor er det også et meget dyrt blad (...) Derfor er det rigtig flot at vi sammen med L&F er præsenteret på 1/1 side." Danish Biorganic om synlighed i GV Praxis.

Udover synlighed på konferencen samt annoncering og faglige artikler om dansk økologi og den danske model, blev dette yderligere forstærket af dansk oplæg på conferenceprogrammet samt networking og produktpræsentation i pauserne. Deltagere på konferencen var absolutte nøgleaktører indenfor den tyske foodservice industri, så de danske deltagere vil også fremadrettet kunne bruge konferencen som referencepunkt i fremtidige aktiviteter på markedet.

(2) I september kom en gruppe tyske foodserviceaktører med interesse for økologi til København. Gruppen bestod af grossister, cateringfirmaer, storkøkkener (både offentlige og private), journalister, myndigheder, der på hver deres måde arbejder med økologi i storkøkkener. Gennem et to-dages intensivt program kom de rundt om alle vinkler på økologi i foodservicesektoren og blev præsenteret for konkrete cases, det forudgående arbejde med branchens aktører, politiske prioriteringer på området, og danske økologiske virksomheder samarbejder med grossister og køkkener. Den samlede vurdering af udbytte for markedsbesøget var 4,7 ud af 5.

(3) Fødevarefremstødet i Berlin var bygget op omkring dialog i hele kæden, fra fødevareproducent, til grossist og cateringselskab og helt ud til de enkelte storkøkkener. Ved at samle branchen forkortedes processen væsentligt og konkrete aftaler blev indgået. Et intensivt program muliggjorde en række indkøbermøder, hvor virksomhederne kunne præsentere produkter og forventningsafstemme.

## **Note 9. Dansk-kinesisk samarbejde om lettere markedsadgang og fordoblet øko-eksport**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektet skal medvirke til at øge den økologiske eksport til i alt 800 mio. kr. til Kina i 2020. Det skal opnås via et forstærket samarbejde med de kinesiske myndigheder for at fuldende processen mod en lettere markedsadgang til gavn for nuværende og nye eksportører. Derudover skal generel økologibranding og videndeling overfor myndigheder, meningsdannere og indkøbere om kontrol og certificering, fødevaresikkerhed, markedstrends/udvikling være med til at nå målet om den øgede økologieksport.

### **Projektets aktiviteter**

1. Afholdelse af seminar for myndighederne, i Beijing/Kina

Der har i foråret og forsommeren været afholdt flere skypemøder med det kinesiske landbrugsministerium og kontrolmyndigheder (SAMR/CNCA/CAIQ) om diverse uafklarede regler og kontrolforhold, som optakt til at danske kontrolmyndigheder skal kunne foretage økologikontrollen på vegne af de kinesiske kontrolmyndigheder. Møderne er gået så godt, at Fødevareminister Mogens Jensen efter et møde med sin kinesiske kollega den 10. september udtalte, at "han forventer at der snart falder en aftale på plads, så Danmark lettere kan eksportere økologi til Kina" (pressemeddelelse fra Miljø- og Fødevareministeriet d. 10. sep. 2019). Ovennævnte opfattelse havde projektleder ligeledes på dette tidspunkt, da vores møder med de kinesiske myndigheder som nævnt var gået godt.

Desværre kommer det primo oktober ud i offentligheden - og også i Kina - at der er fundet væsentlige overtrædelser af økologireglerne hos en kinesiskejet virksomhed i Danmark, som primært eksporterer mælkepulver til Kina (bl.a. FødevareWatch d. 15. oktober 2019). Efterfølgende blev kommunikationen med de kinesiske myndigheder noget "tungere", og bl.a. bliver en planlagt besøg fra de kinesiske kontrolmyndigheder over flere omgang udskudt til senere. Et ligeledes omtalt seminar om økologi i Danmark og Kina - dvs. denne arbejdsplan - bliver ligeledes udskudt til senere uden nærmere fastsat tidspunkt. Det betyder, at selv om der er lavet forberedelse til afholdelse af selve seminaret, så er det ikke blevet afholdt. Hensigten var, at seminaret skulle afholdes i Beijing/Kina, og de i projektet afsatte 'øvrige projektudgifter' til mødeafholdelse, flybilletter samt ophold i Kina er derfor ikke blevet anvendt.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## 2. Kinesiske "feltstudier" i Danmark

En delegation fra de kinesiske kontrolmyndigheder besøgte Danmark d. 27. juni 2019, og i forbindelse hermed blev der afholdt møde om økologikontrol i både Kina og Danmark - samt netværket. Da delegationen skulle videre til andre europæiske lande, og da flere fra delegationen tidligere har besøgt dansk økologiske bedrifter, var det ikke aktuelt at besøge øko-landbrug i denne omgang.

## 3. Branding af økologiske fødevarer i Kina overfor indkøbere og bloggere/meningsdannere

I forbindelse med BioFach China i Shanghai d. 15-17. maj 2019 blev der givet oplæg om økologi på 'the Danish Way' samt om økologiske fødevarer og hvorfor danske forbrugere køber mest økologi i Verden. Der blev ligeledes netværket med kinesiske blogger/meningsdannere og i den forbindelse ligeledes givet interviews til journalister.

Den 28. nov. 2019 deltog projektleder sammen med den danske ambassade i Beijing i 'China International Organic Food Expo' i Zhengzhou, hvor der ligeledes blev holdt oplæg om økologi og økologiske fødevarer. Her blev der ligeledes netværket og holdt møde med kinesiske myndigheder. Selv om der er langt til Zhengzhou for et endagsmøde - hvilket blev bemærket - blev det prioriteret højt efter et efterår med udfordringer, som nævnt under pkt. 1. Det var vigtigt at vise, at vi fra dansk side værdsætter samarbejdet med Kina. Dette var formentlig medvirkende til, at der efterfølgende er aftalt besøg i februar 2020.

Som det fremgår af ovennævnte, så har der i efteråret 2019 været udfordringer med fremskridt mod målet om en lettere markedsadgang og forstærket samarbejde. Det skyldes desværre forhold, som dette projekt ikke har indflydelse på. Men heldigvis er der nu igen velvilje fra kinesisk side til at komme videre i samarbejdet. Det er således aftalt, at de kinesiske myndigheder (CAIQ) kommer på besøg i Danmark ifb. med deres besøg på BioFach Nürnberg, februar 2020. Det er samtidig besluttet at der afholdes et dansk-kinesisk økologiseminar i forbindelse med økologimessen BioFach i Shanghai i maj 2020. Der er ligeledes udarbejdet udkast til en ny samarbejdsaftale mellem Danmark og Kina på økologiområdet, hvori lettere markedsadgang indgår. Planen er, at samarbejdsaftalen skal underskrives i løbet af foråret 2020.

## Note 10. Fremstød i Italien for økologiske fødevarer

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektet havde til formål at øge eksporten af økologiske fødevarer til det italienske marked. Først og fremmest skulle potentielle eksportører informeres om markedsmuligheder og dernæst præsenteres for markedet og de muligheder, der findes i de forskellige varekategorier og endeligt skulle eksportørerne introduceres og præsenteres for indkøberne i de italienske dagligvarekæder

### Projektets aktiviteter

Projektets aktiviteter bestod af følgende arbejdsopgaver:

Præsentation af markedet for potentielle eksportører Forberedelse og planlægning af fremstødet Gennemførelse af fremstødet. Opfølgning på fremstød og gennemførelse af promotion periode i supermarkeds kæden

Kun en del af forberedelserne har kunne gennemføres i 2019. Således har der i samarbejde med VisitDenmark og ambassaden i Rom kunne gennemføres møder med indkøbskontoret hos økologikæden Naturarsi, indkøbere hos detailkæden Esselunga og en event med introduktion af dansk økologi til det italienske marked i Milano overfor presse.

Det har p.g.a. kædernes planer ikke været muligt at gennemføre et egentligt markedsfremstød, men der føres nu en konstruktiv dialog om inspiration til udvikling af det økologiske marked. Det vurderes at det i 2020 vil være muligt at gennemføre konkrete aktiviteter med virksomhedsdeltagelse De kategorier der er mest potentielle for eksport udvælges og dialog indgås med eksportørerne. Der udarbejdes en foreløbig præsentation af markedet for potentielle eksportører Der søges derfor om projektførlængelse for dette projekt.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 11. Food service indsats på nærmarkeder – Sverige og Tyskland**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

Projektet blev ikke gennemført.

## **Note 12. Dansk Økologisk Fællesstand på Internationale Grüne Woche 2019 i Berlin**

**Tilskudsmodtager:** Organic by Nørskov/NewNordica

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

Internationale Grüne Woche (IGW) er verdens største fødevaremesse. IGW er et mix mellem B2B og B2C..

### **Projektets formål**

Formålet var at etablere og gennemføre en økologisk fællesstand på den danske National Pavillon på Internationale Grüne Woche (IGW) 2019 i Berlin. Standarealet var sat til 200 kvm med 25 deltagende virksomheder.

### **Projektets aktiviteter**

Projektet bestod af 3 arbejdsopgaver:

1. Forberedelse til messen.

Der er afholdt individuelle forberedelsesmøder med de deltagende virksomheder. Møderne bestod af fysiske og telefoniske møder, da perioden fra projektstart til messens start d. 18. januar 2019. Virksomhederne fik introduktion til IGW samt den danske økologiske fællesstand. De fik mulighed for at komme med input til fællesstanden, særligt i tilknytning til deres eget område og de tilknyttede omgivelser.

2. Messe gennemførelse af fællesstanden

Der blev gennemført en dansk økologisk fællesstand på den danske National Pavillon. Det økologiske areal udgjorde i alt 200 kvm. Fællesstanden indeholdt præsentationsområde, lager og fælles areal (køkken, vask, kølelager m.m.) Standen var placeret i hal 8.2 sammen med de nordiske og baltiske lande.

3. Opsamling.

Efter messen har vi været i kontakt med udstillerne. Dette primært for at minde dem om at samle op på de kontakter de har fået, desuden for at formidle de kontakter vi centralt har opsamlet. Dette er primært foregået telefonisk, men også i form af fysiske møder.

## **Note 13. Økologisk fællesstand på ANUGA 2019**

**Tilskudsmodtager:** Food from Denmark

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål har været at skabe rammerne for en fortsat vækst af dansk økologisk fødevareeksport med særligt fokus på de økologiske industriproduktioner, som har økologi som en lille niche, så man gør opmærksom på at økologiske produkter kan købes for en attraktiv pris.

### **Projektets aktiviteter**

Projektets hovedaktivitet har været at arrangere en dansk økologisk fællesstand på verdens største fødevaremesse – ANUGA, og den økologiske fællesstand var fysisk placeret ved siden af en anden dansk fællesstand, så der var samlet en stor gruppe af danske virksomheder et sted, hvor virksomhederne kunne udnytte den positive synergi der er forbundet med at være en del af en gruppe – der blev udvekslet viden og erfaringer på tværs af gruppen. Der blev udbredt viden om projektet via pressemeddelelser, via direkte mailkampagner og via LinkedIn.

Virksomhedsgruppen bestod af 9 virksomheder. I samarbejde med virksomhedsgruppen blev de praktiske messeopgaver koordineret. Virksomhederne blev også rådgivet omkring hvordan de skal forberede sig optimalt op til messen. Op til messen blev en række relevante internationale kontakter identificeret og inviteret til at besøge virksomhedsgruppen på messen. Virksomhedsgruppen blev også markedsført på LinkedIn overfor relevante internationale kunder. Under messen udstillede virksomhederne deres produkter, og de afholdt kundemøder på standen.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 14. International markedsføring af dansk økologi på PLMA Amsterdam 2019**

**Tilskudsmodtager:** Food from Denmark

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål har været at skabe omtalte og fokus omkring de danske økologiske producenter og deres produkter ved at udstille på verdens største private label messe i Amsterdam. På sigt skal virksomhedernes deltagelse i projektet resultere i øget omsætning af dansk økologi på eksportmarkederne.

### **Projektets aktiviteter**

Projektet indeholdt følgende arbejdsopgaver:

#### 1. Markedsføring af projektet overfor alle danske økologiske virksomheder:

Projektet blev markedsført overfor alle danske fødevarerproducenter med økologisk produktion. Virksomhederne blev kontaktet og de fik tilsendt projektoplæg. Virksomhederne blev også inviteret til et informationsmøde, hvor projektet blev diskuteret og forventningerne blev afstemt. Projektets aktiviteter blev fastlagt og koordineret med gruppen. Fælles markedsføringsmaterialer blev udarbejdet.

#### 2. Markedsføring overfor potentielle kunder:

Via LinkedIn markedsførte vi virksomhedsgruppen overfor et internationalt publikum. Der blev kørt forskellige opslag, som præsenterede virksomhederne og deres produkter, og gjorde opmærksom på den danske økologiske fællesstand. Der blev udarbejdet en virksomhedsbrochure, som blev sendt til udvalgte kontakter og under messen var den tilgængelig på fællesstanden og i messens presserum.

#### 3. Udstilling på messen:

10 danske virksomheder udstillede på den danske økologiske fællesstand, som fysisk var placeret ved siden af den konventionelle danske fællesstand. Virksomhederne kunne udnytte de positive synergier, som var forbundet med at være en del af en fælles gruppe. 38 danske fødevarerproducenter udstillede på den anden danske fællesstand, så der var tilsammen 48 danske fødevarerproducenter placeret ved siden af hinanden. Den økologiske fællesstand havde et specielt design og skilte sig ud fra resten. Det gav god mening at være placeret ved siden af den konventionelle fællesstand.

#### 4. Opfølgning:

Den tredje fase var opfølgningsfasen, hvor virksomhedsgruppen blev kontaktet for at følge op på projektet og de opnåede resultater og for at snakke om der var interesse for et nyt projekt i fremtiden.

## **Note 15. Anuga 2019 Eksport af økologiske produkter rettet mod nye afsætningskanaler, hovedsageligt i Tyskland**

**Tilskudsmodtager:** Producentensammenslutningen BAD (Bio Aus Dänemark)

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Formål: At styrke produktion og afsætning af danske økologiske fødevarer ved at identificere og bearbejde nye afsætningskanaler på eksportmarkederne og give de deltagende virksomheder indsigt i udvalgte marketers forretningskulturer samt løfte deres kompetencer i at bruge denne indsigt aktivt i mødet med kunden.

### **Projektets aktiviteter**

AP I: Eksportseminar

Der blev afholdt et eksportseminar på Skarø d. 19. August 2019 med deltagelse fra 17 repræsentanter fra 12 af de i alt 21 producenter af økologiske fødevarer, som udstillede på Anuga på Bio Aus Dänemark standen. Første del af seminaret foregik på træskonnerten Fionia, som tog delegationen ud til Skarø, og hvor der blev fortalt om eksport af økologiske fødevarer i Tyskland af Malene Aaris, som har ekspertise i distribution af økologiske fødevarer i Tyskland. Herefter landede delegationen hos Is fra Skarø, som har et velegnet lokale på Skarø til afholdelse af seminarer og som viste is-produktionen frem for de deltagende virksomheder. Marianne Danling fra firmaet People+People var hentet til Danmark fra Berlin, hvor hun bor, for at give virksomhederne indsigt i tysk forretningskultur og interkulturelle kompetencer. Resten af seminaret handlede om den forestående messe på Anuga, hvor kravene til virksomhedernes forberedelse blev gennemgået. Seminaret

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

sluttede med, at the Brew Company demonstrerede en nyhed for kollegaerne, en te-cocktail, som skulle være årets nyhed på Anuga og lokke flere kunder til standen.

## AP II: Deltagelse på dansk fællesstand på Anuga 2019

Anuga-messen er verdens største fødevaremesse og et centralt mødested for alle aktører inden for fødevarebranchen. Den fandt sted i Köln d. 5-9 oktober 2019. Bio Aus Danmark havde booket 200 m<sup>2</sup> i hal 5, som er Anuga Organic hallen, ved siden af Bio Sonderschau, som er hallens store trækplaster, et stort supermarked, hvor man har samlet økologiske produkter fra alle de udstillende virksomheder på Anuga, for at give gæsterne en fornemmelse af, hvor dybt og bredt sortimentet er.

## AP III: Kundebesøg i Danmark

Tre repræsentanter fra japanske kunder blev inviteret til Danmark i perioden 14-24 september og vist rundt i Danmark og præsenteret for økologiske fødevareproducenter, der tog dem rundt og inviterede dem til middag og forskellige arrangementer, blandt andet en dansk-japansk festival i Nordjylland og Frederiks Bastion i København. De japanske kunder har kontakter ud i helsekosten, kødbranchen og high-end supermarkeder og to af dem har arbejdet med stor succes for danske økologiske producenter på Foodex i Tokyo, som er en fødevaremesse, der finder sted hvert år. Efterfølgende har de japanske kunder henvendt sig for at hjælpe de danske økologiske fødevareproducenter, som i 2020 skal mødes med kunder på det japanske marked, blandt andet ved deltagelse på Foodex i Tokyo. Det er en stor gevinst for disse virksomheder at være sikker på at mødes med kunder forud for deltagelsen.



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Særlig pulje: National Afsætningsfremme

### Note 1. Det Økologiske Spisemærke – 10 års jubilæum

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

#### Projektets formål

Formålet er at skabe nye vækst- og markedsmuligheder for landbruget og fødevarevirksomheder gennem en styrkelse af Det Økologiske Spisemærke.

#### Projektets aktiviteter

Indsats 1: Hotline, taskforce og udvikling af best practice målrettet hoteller, restauranter og cafeer Hotline med rådgivning og vejledning om økologisk omlægning og spørgsmål omkring ansøgning af Det Økologiske Spisemærke er gennemført med succes - gennemsnitlig 5-6 henvendelser om ugen hele året igennem.

Projektet har understøttet eksisterende netværksgrupper over hele landet med samlet 14 møder over året. Her har økologi og Det Økologiske Spisemærke spillet en central rolle.

Indsats 2: Udvikling af argumenter og indsigter omkring Det Økologiske Spisemærke målrettet hotel, restaurant og café

På baggrund af samtaler og sparring med hver af de omlagte steder (indsats 1) er der blevet udarbejdet en ny folder, der henvender sig til gæsterne. Folderen er trykt i 6.000 eksemplarer og fordelt mellem restauranterne til brug for deres kommunikation til gæsterne omkring Det Økologiske Spisemærke, folderen er også tilgængelig online både på [oekologisk-spisemaerke.dk](http://oekologisk-spisemaerke.dk) og [okologi.dk](http://okologi.dk).

Indsigter fra ovenstående omlægnings er lagt til grund for nye argumenter overfor branchen og præsenteret ved HORESTAS årsdag den 14. november samt ved temamødet for Det Økologiske Spisemærke den 4. december. Argumenterne er ligeledes tilgængelige online. Til inspiration for den øvrige branche er der udarbejdet best practice beskrivelser, der fortæller om stedernes økologiske "rejse", dette til inspiration for andre til at gå i gang med omlægning. Disse cases er offentliggjort på [okologi.dk](http://okologi.dk). Sinaturs rejse blev formidlet på Bornholms Folkemøde med 100 inviterede gæster. Der er blevet indkøbt statuetter med Det Økologiske Spisemærke til uddeling på udvalgte steder, dette for at gøre mærket eksklusivt og synligt overfor kunderne.

Undervejs er barrierer i forhold til hvordan Spisemærket kan rumme forskellige forretningsmodeller blevet identificeret. Således er der indledt samarbejde med Fødevarestyrelsen om beskrivelse af Best Practice, ift. lovgivningen, så det bliver nemmere fremadrettet for cafeer og restauranter at søge det Økologiske Spisemærke.

Indsats 3: Kampagne for Det Økologiske Spisemærke i kantiner

Der er blevet gennemført 20 informations- og smagsdemonstrationer, med fokus på Det Økologiske Spisemærke og dets 10års jubilæum, dette er sket i tæt samarbejde med Fødevarestyrelsen.

- 5 kantiner med over 200 bespisninger pr. stk.
- 5 grossistmesser, Hørkram og Dansk Cater (AB og BC) med 2000 - 5000 besøgende.
- 2 på Madens Folkemøde
- 6 på Folkemødet på Bornholm
- 1 på Netværkskonference på Lundsgaard Gods
- 1 HORESTA årsdag
- 2 DM i Skills for Ernæringsassistenter

Indsats 4: Temamøde, fejringsevents og næste generations forståelse af Det Økologiske Spisemærke Ikke bevilliget

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Note 2 Økologisk Høstmarked 2019

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål er at skabe Danmarks største forbrugerrettede høstevent, der formidler økologi fra jord til bord. Dette opnås ved, at forbrugerne inviteres ud på de økologiske gårde den første weekend i september. Via oplevelser, dialog, involvering og madoplevelser fik de besøgende her en større indsigt i de værdier, der ligger i den økologiske produktionsform.

### Projektets aktiviteter

I alt besøgte 59.700 gæster en af de 84 værter, der havde valgt at invitere indenfor til Økologisk Høstmarked. 79 af værterne var økologiske gårde, og fem var virksomheder. Sidstnævnte har udfyldt De Minimis erklæringer. Ud af de 84 værter var 14 nye værter.

- Som en del af strategien for at tiltrække nye værter til Høstmarkedet blev der indrykket i annonce i avisen "Økologisk Landbrug", ligesom der blev brugt en del tid til personlige rekruttering. Dette var medvirkende til, at 14 nye værter deltog. Høstmarkedet har i flere år arbejdet på at få Bornholm repræsenteret, og i 2019 lykkes det, da fire værter på Bornholm deltog. For at skabe en god kontakt med de nye værter fik de besøg af projektlederen inden Høstmarkedet til en drøftelse af rammer samt sparring. Dette gælder dog ikke de fire værter på Bornholm.
- Projektet har benyttet sig af den eksisterende hjemmeside [www.høstmarked.dk](http://www.høstmarked.dk). For at fremtidssikre sitet og for at sikre optimal brugervenlighed har det været nødvendigt at foretage funktionelle, layoutmæssige og tekniske forbedringer. Alt markedsføringsmateriale har henvist til sitet, hvor danmarkskortet med de individuelle gårdbeskrivelser har været omdrejningspunktet. Netop kortet har været den vigtigste service til forbrugerne, fordi de her kunne få et overblik over, hvilke gårde der var i lokalområdet, og ikke mindst hvilke aktiviteter gæsterne kunne forvente at møde på de enkelte gårde.
- Som en del af markedsføringen har Høstmarkedet været på mælkekartoner fra Arla i en periode på fem uger op til Høstmarkedet. Det har givet mere end 1.1 mio. eksponeringer. Det skal dog siges, at projektet kun har finansieret udvikling af mælkepanelet. Projektet har ikke betalt for indrykning af annoncen, da Arla er en samarbejdspartner i projektet. Ligeledes har projektet haft et samarbejde med Friland, der har betydet, at der også er blevet annonceret for Høstmarkedet i ugerne op til Høstmarkedet på kødpakker i butikkerne fra Friland.
- Rent grundvand var et tema på Høstmarkedet, hvilket betød, at flere af de materialer værterne fik tilsendt, handlede om vores grundvand. Miljøminister Lea Wermelin besøgte et Høstmarked på Bornholm, hvor hun deltog i en paneldebat. Derudover indgik Høstmarkedet et samarbejde med DANVA, hvilket betød, at DANVA fysisk havde formidlere ude på tre gårde samtidig med, at de postede om Høstmarkedet på deres sociale medier. Også foreningen Praktisk Økologi formidlede om rent grundvand på et antal gårde til Høstmarkedet. I samarbejde med projektet "Ren Madglæde" blev der til gårdene udsendt vanddråber med et budskab om, hvor mange liter grundvand man er med til at spare for mødet med sprøjtegifte, hvis man, fx vælger en økologisk kartoffel frem for en konventionel kartoffel. "Vanddråberne" var udstyret med en klemme bagpå, så det var nemt for landmanden at sætte dråber på, fx kassen med kartofler. På den måde kom budskabet helt frem til købsbeslutningen.
- Der blev udviklet og trykt en ny udgave af pixibogen til uddeling blandt de mindste på Høstmarkedet. Titlen var "Pas godt på grundvand og mundvand", og formålet var at formidle sammenhængen mellem økologi og rent grundvand. Også detailhandlen har været interesseret i de små pixibøger. I ugen op til Økologisk Høstmarked blev der uddelt 10.000 stk. fordelt på alle Bilkas varehuse. Sammen med pixibogen blev der også uddelt 10.000 postkort, der inviterede kunderne ud til Økologisk Høstmarked, ligesom der fysisk i butikken hang plakater, der inviterede til Høstmarkedet. Derudover uddelte de samme varehuse også i ugen efter Høstmarkedet 10.000 stk. nye pixibøger blandt deres kunder. Også Føtex valgte at gøre brug af bøgerne, idet de i ugen op til Høstmarkedet uddelte 10.200 pixibøger i deres varehuse. Det betyder, at 30.000 familier er blevet eksponeret for budskabet.
- For at understøtte pixibogen blev der også udleveret en stor plakat om "Rent grundvand" på gårdene til Høstmarkedet. Derudover fik værterne tilbudt A3 markedsføringsplakater og postkort til fordeling i lokalområdet. Til fordeling eller formidling på gården: et hæfte om økologi, en folder, der meget enkelt formidlede, hvordan dyrene lever på en økologisk gård, tatoveringer, flag, diverse træskilte med budskaber,

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

store 70 x 100 skilte, der formidlede forskellen for henholdsvis økologiske og ikke økologiske grise, slagtekyllinger, æglæggende høns og køer, navigeringsskilte til gården, hånddesinfektion og navneskilte. Alle nye værter fik udover ovenstående tilsendt en særlig velkomstpakke med flere materialer herunder, fx store velkomstbannere, formidlingsplakater med de økologiske værdier, idékatalog, hæfter om sikkerheden på gårdene mv.

- Der blev udviklet markedsføringsmaterialer til en elektronisk toolbox, som detailhandlen og andre interessenter kunne gøre brug af. Det resulterede i, at kæderne Lidl, Nemlig.com, Rema 1000, Bilka og Føtex lavede annoncer for Høstmarkedet. Også Danmarks Naturfredning, og nogle af værterne gjorde brug af materialerne til annoncer.
- Der er udført et omfattende pressearbejde, der i alt resulterede i 301 omtaler herunder lokale TV-indslag i TV2 Bornholm, TV2 Lorry, TV2 Fyn, TV Syd og TV Midtvest – på flere af disse kanaler var der flere indslag. Derudover blev Økologisk Høstmarked omtalt i flere radioindslag landet over.
- For at øge synligheden af Økologisk Høstmarked blev der lavet opslag og stories på Økologisk Landsforenings sociale medier – Facebook og Instagram. Sammenlagt er de forskellige posts nået ud til 400.815 personer organisk via Facebook, Instagram og stories. Derudover har der været betalte annoncer for de deltagende værter. Tallet for, hvor mange personer annoncerne er nået ud til, er endnu ikke tilgængeligt. Til alle de sociale medier er der taget billeder og optaget små filmklip.
- For at skabe involvering er der inddraget kokke og naturformidlere på udvalgte gårde.
- Der blev oprettet en lukket Facebook-gruppe for værterne. Denne blev brugt til erfaringsudveksling.
- Der blev foretaget såvel en gæste- som en værtsevaluering.

## Note 3 Kompetenceløft af økologiske virksomheder – specielt målrettet SMV'ere

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet er at opkvalificere små- og mellemstore økologiske fødevarer virksomheder, så de via uddannelse, ny viden og inspiration forbedrer deres muligheder for at blive ligeværdige samarbejdspartnere for detailhandlen, og deres produkter derigennem opnår en varig plads på detail- og onlinehandlens hylder.

### Projektets aktiviteter

Der var i projektet to hovedindsatser:

- Udvikling, planlægning og gennemførelse af uddannelses- og inspirationsdage
- Formidling af resultater og erfaringer fra uddannelses- og inspirationsdage

Udvikling, planlægning og gennemførelse af uddannelses- og inspirationsdage

Den overordnede form og indhold på de enkelte uddannelsesdage blev udviklet, fastlagt og gennemført. Der blev indgået aftaler med indlægholdere om indhold samt lavet aftaler om lokaleleje og forplejning. Der blev udarbejdet og udsendt invitationer til økologiske virksomheder via [www.okologi.dk](http://www.okologi.dk) og LinkedIn. Til hver enkelt uddannelsesdag og workshop blev der udarbejdet undervisnings- og præsentationsmaterialer, som både understøttede aktiviteterne på dagen, men også kunne bruges af deltagerne efterfølgende til at udvikle deres virksomhed med henblik på at øge deres salg af økologiske fødevarer. Efter hver uddannelsesdag er der gennemført en evaluering.

Formidling af resultater og erfaringer fra uddannelses- og inspirationsdage

Projektets viden, erfaringer og læringer er gjort bredt tilgængeligt for hele den økologiske branche via en temaside på [www.okologi.dk](http://www.okologi.dk), hvor programmer, arbejdsark og erfaringer fra dagene er formidlet til målgruppen. Gennem hele projektet er der lavet en PR-indsats i form af pressemeddelelser, opslag på sociale medier samt via nyhedsbreve for at tiltrække deltagere og formidle ny og relevant viden.

## Note 4 Mad til bierne 2019

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål var at øge afsætningen af økologiske fødevarer ved at gennemføre indsatser sammen med de økologiske landmænd og forbrugere. Indsatserne har til formål at oplyse forbrugerne om, at økologi er

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

vejen til at skabe bedre levevilkår for bierne og naturen. Forbrugernes valg af økologiske fødevarer kobles således til en fremtidig sikring af en ren natur, som er fri for pesticider og med større biodiversitet.

## Projektets aktiviteter

250 økologiske landmænd modtog hver især blomsterblanding til udsåning på 1.000 m<sup>2</sup> til gavn for biernes fødegrundlag. Interessen var voldsom stor, og der havde været mulighed for at udbrede projektet til langt flere økologiske landmænd. Landmændene modtog vejledning i forhold til etablering af blandingen sammen med frøene. Hver landmandsvært blev bedt om at opsætte vejrbestandigt banner i umiddelbar sammenhæng med arealet med bi-blanding, som forklarede forbipasserende, hvad der var i marken, og at den økologiske landmand har givet en stribe med blomster til de vilde bier, samt at man selv kan støtte en ren og rig natur med mere mad til bierne ved at vælge økologiske fødevarer.

I forbindelse med landmændenes udsåning var der en bred presseindsats, som bl.a. resulterede i TV-klip i TV2 Nyhederne, TV2 Østjylland, radio DR P4 Midt & Vest og en artikel på TV2 Østjyllands hjemmeside forankret hos landmændene og med afsæt i deres store troværdighed.

Projektet deltog også på Naturmødet i Hirtshals 23.-25. maj 2019, hvor økologiske landmandsværter bemandede stand og fortalte om projektet og tiltagene til gavn for bierne og sammenhængen mellem vilde bier og økologi. Der blev holdt oplæg, ligesom børn kunne arbejde med at lave en bolig til bierne af naturmaterialer, som kunne supplere udsåning af bi-blandinger, så der både blev skabt føde og bolig. Det gode ved aktiviteten var, at børnene med deres familier tog tingene med hjem og arbejdede videre med udsåning af frø og opsætning af biernes bolig, og dernæst kunne de følge det hele i månederne frem og huske på, at økologi understøtter de vilde bier.

Projektet producerede en 4 siders artikel med billedemateriale til Praktisk Økologis magasin. Med det som afsæt repræsenterede Praktisk Økologi projektet og sagen på Folkemødet 2019 på Bornholm og på markeder i sommermånederne. De uddelte frø og magasinet og fortalte om sammenhæng mellem vilde bier, økologi, og at valget af fødevarer i butikkerne kan understøtte bierne.

Frø blev også uddelt fra Økologisk Landsforenings platform på en fælles stand med Signatur Hoteller på Folkemødet, så der var to anledninger til at komme i samtale med deltagere på Folkemødet.

## Aktivitet i samarbejde med dagligvarehandelen

I samarbejde med detailhandlen (2 kæder) og 1 online-handel blev der uddelt i alt 70.000 frøpakker til forbrugere. Poserne var trykt med dels reklame for projektet, og hvor pengene til projektet kom fra, men også en såvejledning, en forklaring af, hvorfor det er vigtigt, og at man kan støtte en ren og rig natur med mere mad til bierne ved at købe økologisk. Også her kunne der have været uddelt langt flere. Interessen var overvældende. Det gav også mange henvendelser fra forbrugere til Økologisk Landsforening med dels spørgsmål om, hvor der kunne skaffes frø, dels uddybende spørgsmål om de faglige dele i projektet. Tiltaget blev meget eksponeret i medierne, og kæderne eksponerede det i tilbudsaviserne og i butikkerne med displays, plakater, og i Bilka blev deres maskot Ulven Billie brugt aktivt i uddelingen. Ud over de allerede nævnte oplysninger på frøposerne var der en QR-kode, som gjorde, at interesserede blev ledt ind på hjemmeside med yderligere oplysninger.

Projektet kommunikeres både via projektets hjemmeside <https://okologi.dk/landbrug/projekter/natur/blomstrende-okologi-2019> men især via [www.madtilbierne.dk](http://www.madtilbierne.dk). Der er udarbejdet artikler, pressemeddelelser og indslag er lavet i både TV og radio, ligesom der er arbejdet på Facebook.

## Note 5 De gode fortællinger om økologi og bæredygtighed

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet var at styrke det økologiske salg på kort og længere sigt ved at skabe en stærkere kobling mellem økologi og bæredygtighed hos forbrugere og madprofessionelle.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter

I første og andet kvartal har fokus ligget på at udarbejde budskaber om økologi og bæredygtighed og fremskaffe bagvedliggende dokumentation for disse. I første halvår er der tillige produceret og klippet video om økologi og klima, og presseindsatsen har været centreret om formidling af budskaber om økologi og klima, da der netop var stor mediebevågenhed om dette tema på dette tidspunkt. Her blev økologiske fødevarer ofte fremstillet som et dårligt klimavalg, en af de sejlivede myter om økologi og bæredygtighed, som projektet har bidraget til at bearbejde. På den baggrund blev det besluttet, at formidlingen fra projektet skulle ske under overskriften 'Økologi – en del af løsningen' og med reference til FNs bæredygtigheds mål. En gennemgående grafik er udarbejdet hertil.

Det overordnede budskab om, at økologi er et bæredygtigt valg blev formidlet bredt i 'Drop myterne om økologi', en kronik i Politiken, hvor netværket af de grønne organisationer, Økologisk Landsforening, Danmarks Naturfredningsforening, Dyrenes Beskyttelse og Greenpeace trådte i fælles aktion.

Med dokumentation og budskaber på plads har fokus i tredje og fjerde kvartal ligget på pressearbejde omkring økologi og sult (formuleret positivt i budskabet 'Mad nok til alle') samt økologi og biodiversitet. Videoerne herom er produceret og formidlet i denne periode på web og sociale medier. Videoer er annonceret bredt til mænd og kvinder på +30 år med interesse for økologi og økologisk landbrug. En samling artikler om projektets tre temaer er samlet i web-magasinet 'Gode fortællinger om økologi' med temaet bæredygtighed, som er nytænkt mht. sammenhæng mellem grafik og budskaber med bistand fra bureauet Creative Zoo.

Arbejdet med at planlægge og organisere to økologi-ture i juni 2020 for internationale fødevarer- og landbrugsjournalister blev påbegyndt i andet kvartal og er afsluttet i fjerde kvartal hvad angår beskrivelser og program for to busudflugter samt et engelsksproget materiale om dansk økologi, som nu ligger klar til formidling til de deltagende journalister på konferencen næste år.

I fjerde kvartal er de udarbejdede materialer samlet og præsenteret på web på en særlig underside [www.okologi.dk/baeredygtighed](http://www.okologi.dk/baeredygtighed). En toolbox med ready-to-go materialer er formidlet til økologiske virksomheder og til netværket af grønne organisationer. Undervejs i dette forløb henvendte den første virksomhed sig med ønske om at anvende/dele materiale fra projektet.

## Note 6 Lokal og direkte afsætning – udnyt nye markedsmuligheder gennem viden og kompetenceløft

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet er at øge den lokale og direkte afsætning af økologiske fødevarer ved at give et kompetenceløft til at skabe lokale samarbejder mellem landmænd og producenter for herigennem at styrke deres forudsætninger for at udnytte nye markedsmuligheder.

## Projektets aktiviteter

Der var i projektet to arbejdsplaner:

Arbejdsplan 1 - Nye markedsmuligheder og roller kræver ny viden og værktøjer.

Arbejdsplan 1 var et målrettet kursus- og uddannelsesforløb for økologiske landmænd og mikroproducenter, der afsætter – eller gik med planer om at afsætte - deres produkter direkte og/eller lokalt. Der blev udviklet workshops, hvor der var fokus på kompetenceløft og konkrete værktøjer, som deltagerne kunne arbejde med direkte under og efter workshops. Emnerne var at håndtere rolleskiftet fra landmand til produktudvikler og sælger med særlig fokus på de rammevilkår og krav, der er til økologiske producenter fra markedet og kunderne. Ved deltagelse i aktiviteterne i arbejdsplan 1 fik deltagerne viden og værktøjer, der kan være med til at sikre en større mangfoldighed, højere kvalitet, bredere udbud og større tilgængelighed af lokale økologiske fødevarer – og på lang sigt en større lønsomhed for landmanden og producenten.

Arbejdsplan 2 – Lokale samarbejder – udvikling af nye veje til lokal og direkte afsætning.

I denne arbejdsplan gennemførtes netværkssamlinger for fire netværksgrupper, som blev dannet i slutningen af 2018 (bemærk oprindelig projektperiode). Netværksgruppernes deltagere ønskede at deltage i et lokalt

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

netværkssamarbejde for bedre at kunne udnytte nye markedsmuligheder. Netværksgrupperne afdækkede med hjælp fra facilitatoren deltagernes egne kompetencer samt afstemte forventninger til og målsætninger for det lokale samarbejde og direkte salg. Dette inkluderede bl.a. etablering af en samarbejdsaftale med beskrivelse af kompetencer, ansvars- og arbejdsfordeling i netværkssamarbejdet – hvilke fælles muligheder og problemstillinger skulle fokuseres på og arbejdes med? Samtidig afklarede og identificerede grupperne med hjælp fra facilitatoren markedsmulighederne og kundegrundlaget for deres fremtidige samarbejde.

CSA-grøntsager fra land til by: Grøntsagsproducenter arbejdede med kompetence-løft indenfor markedsføring, erfarings- og vidensudveksling om CSA (Community Supported Agriculture), markedsføring, kundeanalyser og kommunikation.

Økologisk Vin til private og professionelle kunder: Vinproducenter arbejdede med kompetenceløft indenfor kundepræferencer, kommunikation og markedsføring af nicheprodukter.

Lokale grøntsager til professionelle køkkener: Professionelle kokke og grøntsagsproducenter arbejdede med at øge kompetencer og nedbryde barrierer samt skabe fælles viden og forståelse mellem lokale grøntsagsproducenter og professionelle køkkener. Der blev afdækket barrierer og fordomme og skabt fælles forståelse for præmisserne for en fremtidig samhandel.

Muligheder og barriere for salg af økologisk kød fra mindre producenter. I dette netværk blev der ligeledes afdækket en række barrierer og fordomme samt skabt en fælles forståelse for muligheder for at skabe et større marked for lokalt økologisk kød. Det krævede deltagelse af både landmænd, slagtehus, konsulenter, interesseorganisationer.

## **Note 7 Ambassadører for økologisk grønt i foodservice**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektet havde til formål var at skabe bånd mellem økologiske producenter af grøntsager og potentielle aftagere i foodservice og derved styrke de økologiske producenters afsætning.

### **Projektets aktiviteter**

Projektets tre arbejdsplaner bidrog på hver deres måde til at fremme afsætning af økologiske grøntsager.

#### **AP1: Søg og erstat**

- Landets tre største grossisthuse blev inviteret til et undervisningsforløb om økologiske grøntsager
- Temaer: Økologi, bæredygtighed, diversitet i sorter, sæsoner, næringsstofferne kredsløb
- Afholdelse af et tre-dags undervisningsforløb med minimum 15 deltagere pr. dag

#### **AP2: Book en mark**

- Udvikling af konceptbeskrivelse og forventningsafstemning mellem producenter og professionelle køkkener
- Afholdelse af Book-en-mark seminar med minimum 30 deltagende repræsentanter fra producent- ledet og fra professionelle køkkener
- Kobling af 3-5 producenter med 3-5 professionelle køkkener
- Hjælp til proces og samarbejde
- Etablering af varige samarbejdsrelationer mellem 3-5 producenter og 3-5 professionelle køkkener

#### **AP4: Guide til økologi og grønt**

- Udvikling af guide med beskrivelse af arter og sorter
- Udvikling af 4 flyers i postkortformat om grøntsagssorter
- Produktion og distribution af guide og flyers til alle projektets interessenter
- Præsentation af projektets resultater på Fødevarer dagen – den store konference for producenter og deres kunder med 400 deltagere

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Note 8 Økologisk ost og iscenesættelse i detail og foodservice

Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer

Hovedformål: Afsætningsfremme

### Projektets formål

### Projektets aktiviteter

AP1: Strategisk indsats overfor beslutningstagere i detail og foodservice

Der er blevet indsamlet markedsdata og analyser, som har skitseret potentialet for øget brug af økologiske oste i dagligvarebutikker og kantiner. Der blev udarbejdet 10 ostebud, som netop viser potentialerne. Disse er blevet foldet ud for detail- og kantineoperatører, som grundlag for at få dem til at deltage i projektet som samarbejdspartnere. Der har ligeledes været afholdt møde med flere mejerier om sortiment og muligheder. Som grundlag for en øget iscenesættelse, blev der udviklet et smagshjul på oste. Dette er et konkret redskab, som de ansatte i dagligvarehandlen og kantinerne – samt beslutningstagere på hovedkontorerne – kan bruge i deres hverdag, når de skal sætte ord på ostenes smage. Ved at iscenesætte ostene gennem øget fokus på smage, vil kantinekunder og supermarkedskunder opleve en øget merværdi af produktet. Smagshjulet blev præsenteret på et work-seminar (jf. AP2) samt på Fødevaredagen, hvor både kantiner og detailhandel deltog på sessioner om ost.

AP2: Forberedelse og afvikling af work-seminarer

Der blev afviklet et work-seminar målrettet kantiner med 22 deltagere. Seminaret bestod både af faglige oplæg som præsenterede økologiens fortrin, oplæg om smag, som bidrag til en øget at iscenesætte af økologiske oste i kantine samt en praktisk del, hvor deltagerne tilberedte søde og salte retter med ost. Efterfølgende blev der afviklet opfølgende besøg hos tre af de deltagende kantiner. Her blev potentialet for at øge brugen af økologisk ost i den enkelte kantine foldet ud. Bilka i Slagelse og MENY Domus Vista har indgået som samarbejdspartnere ift. at øge salget af økologiske oste gennem bedre iscenesættelse. I samarbejdet er der blevet identificeret og præsenteret konkrete potentialer. Derudover er der udviklet og produceret testmateriale til butikkerne. Ligeledes er der afholdt møde med Lidl og der har været dialog med Rema1000.

## Note 9 Fart på økologien i de hurtige måltider

Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer

Hovedformål: Afsætningsfremme

### Projektets formål

At øge afsætningen af økologiske fødevarer til take away kæder og til attraktioner, der tilbyder hurtige måltider. Danskerne er vilde med take away, men hvor er økologien?

### Projektets aktiviteter

Missionen var at styrke det økologiske udbud blandt take-away kæder og attraktioner – og dermed styrke de økologiske producenters afsætning. Det er vi lykkedes med i følgende arbejdsplaner:

Arbejdsplan 1 Potentialer for økologiske fødevarer i take away

For at forstå markedet og vurdere potentialet for økologi gik vi dybden med både take-away og attraktioner og kortlagde markedet. Derefter gennemførte vi en repræsentativ befolkningsanalyse med 1.040 respondenter for at undersøge forbrugernes holdning til økologi i de hurtige måltider.

Analysen gav et billede af følgende: - Hvornår der vælges hurtige måltider, - Hvorfor de vælges, - Hvilken rolle økologien spiller, - Hvilke typer hurtige måltider, der foretrækkes generelt, - Hvilke typer hurtige måltider der helst skal være økologiske, - Hvor meget forbrugerne er villige til at betale mere for økologiske varianter, - Hvor tilgængelige de økologiske varianter opleves

Kortlægning og analyse var vigtige af to årsager:

- 1) Det gav os grundlaget til at vælge de samarbejdspartnere indenfor take away og blandt attraktioner, der bedst kunne inspirere resten af markedet og skabe volumen i afsætning.
- 2) Indsigterne fra analysen viste, at forbrugerne gerne vil økologiske hurtige måltider, og at de er villige til at betale mere for økologi. Og det er jo gode nyheder. Men analysen viste samtidig, at kun 2% har nemt ved at finde økologiske varianter. Den viden var vigtig i vores mange møder med take-away kæder og attraktioner.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Vi havde en god fornemmelse af at de hurtige måltider repræsenterer et stort potentiale for de økologiske producenter – og denne fornemmelse blev bakket op af forbrugeranalysen.

## Arbejdspakke 2 Sparringsforløb med take away kæder

Arbejdspakken resulterede i at der blev indledt dialog og startet samarbejde om økologi med Jagger Fast-food, California Kitchen, Hungry Dane, Sticks N Sushi, YOBurger, Gasoline Grill, Wagamama og Le Le. Alle kæderne havde duftet til økologien, men flere havde ikke taget springet endnu. Mens andre havde taget de første spadestik.

## Arbejdspakke 3: "XX Goes organic"

Denne arbejdspakkes indsats resulterede i et samarbejde med to af landets største attraktioner, nemlig Københavns Zoo og Tivoli. De er begge fyrtårn for de danske (og udenlandske) attraktioner. Begge attraktioner sagde ja tak til at tage de økologiske råvarer til sig.

## Arbejdspakke 4: Kommunikationsindsats: Hvorfor er min burger ikke økologisk?

Via en lang række kanaler satte vi fokus på emnet "Hvor er økologien, når jeg køber take away?". Vi allierede os med mikro-influencer/meningsdannere fra fødevarerbranchen og sendte dem ud for at lede efter økologisk take-away. Det resulterede i en række fine post's, som blev skabt på Økologiske Food Fighters facebook side og delt herfra. Formålet var at påvirke forbrugerne til at efterspørge økologien i de hurtige måltider. I samarbejde med Tivoli sendte vi en pressemeddelelse ud som omhandlede både det faktum, at Tivoli "gik økologisk" og samtidig bragte highlights fra arbejdspakke 1 analysen. Pressehistorien blev taget af både fag- og livsstilsmedier. Vi kommunikerede historierne om både analysen, take-away og attraktioner ud til de økologiske producenter samt til dagligvarehandlen, foodservice og forbrugerne.

## Note 10 Mere økologi hos slagterne – indsats hos supermarkeds- og privatslagtere

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Afsætningen af lokale økologiske fødevarer er stigende i detailhandlen, og der er potentiale for mere. Projektets primære formål er derfor øget afsætning af økologisk kød (grise-, okse-/kalve- og fjerkrækød). Øvrige råvarer, som indgår i et måltid, vil også have et mindre fokus, da denne råvaregruppe fylder mere og mere hos slagterne.

### Projektets aktiviteter

Der blev afholdt et workseminar for 25 slagtere og indkøbere i detailhandlen. Der var oprindeligt planlagt to, men der var ikke tilstrækkelig tilslutning til det seminar, der blev udbudt i Jylland. Seminaret indeholdt faglige oplæg om de økologiske principper og værdier, om primærproduktion, om reglerne for håndtering af økologisk kød, om forbrugerens præferencer og hvordan personalet kan medvirke til at inspirere til at handle økologisk kød (udgangspunkt i analyser gennemført af Landbrug & Fødevarer) samt oplæg om fødevareretrends (udgangspunkt i nye analyser gennemført af Landbrug & Fødevarer). Seminaret blev afsluttet med en praktisk masterclass, hvor deltagerne i forbindelse med arbejdet med økologisk kød og udsikringer fik mulighed for at diskutere idéer og forslag til, hvordan de konkret kan gøre mere for det økologiske kødsortiment i deres butik og deres 'mad ud af huset'. Masterclassen har været med til at sikre, at slagterne ved hjælp af en bedre forståelse for og viden om regler og muligheder for håndtering økologisk kød kan fremme afsætningen af økologisk kød. Masterclassen behandlede også brug af øvrige økologiske produkter, så der blev lagt vægt på forståelse for at også tilbehøret til kødet skal være økologisk.

## Note 11 Økologi i store gryder – økologiske køkkenroser

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet var at bidrage til en øget efterspørgsel af økologiske fødevarer i offentlige storkøkkener, ved at fremhæve og anprise de køkkener, der er bedst til at arbejde med økologi.



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter

Projektets aktiviteter blev gennemført med Landbrug & Fødevarer som projektleder i samarbejde med de tre fagforbund 3F, FOA og Kost og Ernæringsforbundet.

AP1: Planlægning, udvikling og forberedelse samt markedsføring af prisen Økologiske Køkkenroser  
I forbindelse med lancering af prisen i 2019 blev der gennemført en markedsføringsproces omkring prisen og muligheden for indstillinger. Dette førte til 32 indstillinger, som juryen behandlede og heraf nominerede de to køkkener i hver af de fire kategorier; daginstitutioner, plejehjem, store centralkøkkener samt skoler og uddannelser. Efterfølgende var juryen på besøg hos alle otte nominerede og udvalgte herefter en vinder i hver af de fire kategorier. Der blev gennemført presseindsatser i forbindelse med lancering af prisen samt ved offentliggørelsen af de otte nominerede.

AP2: Planlægning og afholdelse af inspirationsseminar for offentlige køkkener på Fødevaredagen  
Under overskrifterne "Økologi og bæredygtighed – er der en konflikt?" og "Flyt adfærd og få økonomi i det grønne" blev deltagere på Fødevaredagen klædt på med viden om økologi og fik tips med hjem til at få mere grønt ind i måltiderne.

AP3: Overrækkelse og kåring af vinderne af Økologiske Køkkenroser på Fødevaredagen  
Der blev afviklet et festligt awardshow på Fødevaredagen, hvor årets fire vindere af Økologiske Køkkenroser blev kåret og hyldet af kollegaer fra fødevarebranchen. I forbindelse med kåringen, blev der vist film fra alle otte nominerede køkkener, hvilket var med til at inspirere de 450 tilskuere fra fødevarebranchen, som overværede awardshowet. I forbindelse med kåringen af vinderne, blev der gennemført en omfattende pressindsats. Filmene fra awardshowene er ligeledes blevet anvendt flittigt på forskellige platforme, bl.a. vinderens egne.

## Note 12 Økologi som middel til vækst, velfærd og bæredygtighed i kommuner og regioner

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet var at inspirere kommuner og regioner, der endnu ikke arbejder med økologien, til at udvikle en økologisk strategi. Det vil på længere sigt kunne medvirke til at øge efterspørgslen på økologiske råvarer.

## Projektets aktiviteter

Projektet blev gennemført i et samarbejde mellem Landbrug & Fødevarer, Tænk tanken Mandag Morgen og Økologisk Landsforening. De tre aktører supplerede hinanden og kunne derved sikre bred opbakning fra kommuner og regioner, som var projektets målgruppe.

Projektets centrale aktivitet var en heldagskonference med deltagelse af mellem 60-100 offentlige og private aktører. Målet var deltagelse fra minimum 20-30 af kommuner.

Deltagelse af forskellige kommuner var vigtigt for projektet, da netværk på tværs af kommuner kan være afgørende for at sikre at aktørerne kan trække på hinandens erfaringer og lykkes med at skabe en økologisk strategi.

## Note 13 Økologi i Foodservice 2.0

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål var at inspirere professionelle køkkener til at efterspørge økologi og dermed bidrage til en øget afsætning. Projektets omdrejningspunkt var at styrke indsigt, interesse, og dialog mellem økologiske producenter og køkkenprofessionelle.

## Projektets aktiviteter

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Landbrug & Fødevarer oplevede særdeles positive tilbagemeldinger på de arrangementer, der blev afholdt på Økologi Kongressen i 2017. Den succes blev gentaget i 2019 ved at fastholde og udvikle dialogen mellem økologiske producenter og de aftagende led i foodservice.

## AP1: Økologikongres - afsætningspartnerskaber

Vi udviklede og afholdt følgende sessioner, der alle havde til formål at styrke dialogen på tværs af værdikæden og dermed styrke afsætningen af økologiske fødevarer:

- 1) Fra greb til gaffel: Hvordan kan vi styrke hinandens faglighed og interesse for hinandens fag?
- 2) Økologiske racegrise: Hvad vil køkkenerne have? Smagearrangement med forskellige racer.
- 3) REKO – lokal afsætning: Erfaringer og muligheder. Potentialet for mindre økologiske producenter

## Note 14 Sofari 2019 – Mere øko-gris i indkøbsvognen

**Tilskudsmodtager:** Producentensammenslutningen Fremme af Økologisk Kvalitets Svinekød (FØKS)

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål er at booste den langsigtede efterspørgsel efter økologisk grisekød i detailhandlen ved at give forbrugerne et oplevelsesbaseret indblik i den økologiske griseproduktions kvaliteter (dyrevelfærd, opdrætsforhold, fodring mv.), og økologiens øvrige værdier. Det er med til at give forbrugerne en forståelse for forskellen mellem konventionelt og økologisk produceret grisekød og den tilhørende prisforskel.

### Projektets aktiviteter

Sofari afholdt søndag den 26. maj 2019 med 11 økologiske grisegårde som holdt åbent hus.

#### Arbejdsplan 1: Markedsføring og kommunikation forud for dagen

Sociale medier: Der blev gennemført en bred markedsføringsindsats i en radius på 50-60 km rundt om de medvirkende værtsgårde. På baggrund af mediebildet i foråret 2019 blev der lagt stor vægt på at promovere Sofari på facebook. Der blev lavet 37 opslag på Sofaris facebook, som gav 1.355.000 visninger på Facebook. Endvidere blev der lavet 29 opslag på Sofaris instagram profil. Som content blev der bl.a. lavet film af tre nye værter samt en ny version af Stenager Øko-kød samt mindre tilretninger i øvrige værterfilm. Der blev produceret 5 små film om øko-grisens liv: Mudderbad, kravlegård, under åben himmel, grød, frisk vand samt 2 generiske + 3 emne specifikke film om selve Sofaridagen, og hvad man som gæst kan opleve ved eventet. Endvidere blev der produceret 1 film fra selve Sofaridagen. For at tiltrække opmærksomhed på eventet kørte flere konkurrencer med mindre præmier. Hvert opslag blev boostet – målrettet børnefamilier, kvinder og mænd, der interesserer sig for økologi, bedsteforældresegmentet, målgrupper som formodes at have interesse for økologi og det at komme en tur på lande. Indsatsen blev forstærket af et stærkt samspil med flere af værternes egne facebookprofiler.

www.sofari.dk blev opdateret med værtsbeskrivelser, kort mv. Endvidere fik hjemmesiden et nyt og mere moderne udtryk. Øvrig annoncering: Der blev indrykket annoncer i 43 lokal/regionale aviser i værtsgårdenes opland. Der blev produceret Go-card kort og videoundslag som kørte på cafeer i Københavns området i ugerne op til Sofari som promovering af bustur for københavnere til Sofari-gård på Sjælland. Presse: Der blev udarbejdet individuelle pressemeddelelser for alle værterne samt én generisk, som blev sendt ud forud for Sofaridagen. Pressearbejdet førte til 112 omtaler af Sofari i medierne – på web, print og i radio/tv. Via Friland blev der foretaget af Sofari i REMA 1000 tilbudsavis ligesom Friland leverede labels på økologisk grisekød. Lokal markedsføring: Til markedsføring via værterne selv i deres lokalområder blev der produceret halmballebannere, værtsfoldere samt plakater. Bus og Brunch: Der blev arrangeret gratis bustur fra København til nærmeste Sofari-gård. Forud for busturen kunne deltagerne sammen for egen regning spise brunch på en københavnsk cafe med det økologiske spisemærke i guld. Samarbejde med andre foreninger; Der blev etableret samarbejde med Danmarks Naturfredningsforening og Dyrenes Beskyttelse om promovering af Sofari.

#### Arbejdsplan 2 – Aktiviteter og materialer til Sofari-dagen

De 11 værter viste på deres egen personlige måde deres griseproduktion frem og gav 5000 besøgende en fantastisk oplevelse. Hver gård udleverede informationsmaterialer til de besøgende, der var revideret med

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

nye tal og ny viden om fx dyrevelfærdsmærkerne. Værterne fik støtte til at arrangere aktiviteten "Se og Smag på grisen", hvor de besøgende bl.a. kunne få smagsprøver på økologisk grisekød og købe økologiske produkter med hjem. Værterne fik en række informationsmaterialer, de kunne bruge i formidling af det økologiske griseliv bl.a. en revision af øko-grisens almanak, nye informationsskilte, stå-vendespil og pixibøger til børnene om øko-grisenes liv fortalt i børnehøjde, samt en quiz om øko-grisenes liv til brug i dialog med gæsterne. Der var t-shirts og kasketter med Sofari-logo tilgængeligt for alle medarbejdere og hjælpere på værts-gårdene, så gæsterne kunne identificere, hvem de kunne søge viden hos. Der blev stillet mobile toiletvogne til rådighed til de værter som ønskede det. Alle værter fik en revideret værtsmappe med nyttige information om at holde åbent-hus, ideer til aktiviteter mv. I forhold til situationen omkring Afrikansk Svinepest, blev FØKS smittebeskyttelsesforanstaltninger fra 2018 gennemført igen i 2019 bl.a. med indretning af indgangsluse og en række informationsskilte på flere forskel- lige sprog bl.a. russisk. Der blev indkøbt desinfektions-sprit og overtrækssko til gæsterne for at forhindre eventuel smittespredning.

## Arbejdspakke 3: Projektledelse og møder

Der blev gennemført 3 møder (1 styregruppemøde, hvor årets markedsføringsaktiviteter og materialer til selve dagen blev besluttet, 1 informationsmøde for værter samt 1 evalueringsmøde for værter og styregruppen).

## Note 15 Styrket markedsposition for den økologiske kylling

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer, SEGES

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål er at styrke og øge afsætningen af økologiske slagtekyllinger ved at dokumentere og synliggøre overfor danske forbrugere, hvordan økokyllingens velfærd og kødets smagegenskaber differentierer sig fra de øvrige slagtekyllingetyper.

### Projektets aktiviteter

Arbejdspakke 1: Kortlægning af naturfaglig viden om kyllingens velfærd og spisekvalitet

Der er gennemført litteraturstudier af national såvel international videnskabelig litteratur om 1) kyllingers naturlige adfærd, velfærd og økologiske produktionsforhold og 2) om hvordan adgang til udearealer påvirker kyllingekødets spisekvalitet. Den opnåede viden er formidlet via indlæg på Workshop hos Økologisk Landsforening, Åbent Landbrug, Økologikongres og Sensorisk Workshop. Samt i artikler i Dansk Erhvervsfjerkræ og FjerkræNyt om kyllingens naturlige adfærd. Til brug ved Åbent Landbrug er der udformet pjecer og plancher om kyllingers naturlige adfærd og udeliv, og der er udformet en demonstrations video i udearealet, som er delt på Facebook og LandbrugsInfo. Desuden er ny viden til landmænd om at øge kyllingers brug af udearealet samlet i en brugervenlig manual.

Arbejdspakke 2: De bedste tilberedningsmetoder af økologisk kyllingekød

Der er testet tilberedningsmetoder for konventionelle, fritgående og økologiske kyllinger. Det er mundet ud i en komplet dokumentation på tilberedning af hel kylling i ovn og kyllingebryst på pande. Arbejdspakkens resultater er blevet delt blandt økologiske producenter, slagterier, samt til forbrugere, dagligvarehandlen og foodservice sektoren. Endvidere er den nye viden blevet formidlet til madkundskabslærere i folkeskolen og madskribenter.

Arbejdspakke 3: Test af kyllingetyper og smag

Der eksisterede kun meget lidt viden om smagsmæssige forskelle mellem de tre produktionstyper: økologiske, fritgående og konventionelle. Derfor iværksatte Landbrug & Fødevarer en smagsanalyse med et professionelt sensorisk panel hos DMRI. DMRI's smagsanalyse dokumenterede smag, saftighed og mørhed, og mundede ud i en rapport, der allerede har været nyttig i arbejdet med at formidle den økologiske kyllings spisekvalitetsmæssige egenskaber. Rapporten viste, at de tre typer kyllinger har mange faktorer til fælles, men at den økologiske kylling har mere "bid". Samtidig er der forskelle på smagsnoter. Den økologiske kylling byder på noter af grønt og citrus, hvor den konventionelle er sød med noter af karamel. <https://goderaa-va-rer.dk/nyheder/2019/kylling-kan-du-smage-forskel>

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Arbejdspakke 4: Demonstration af økokyllingens naturlige udeliv

På demonstrationsdagen ønskede vi at formidle til fagfolk såvel som til potentielle forbrugere. For at tiltrække et stort besøgsantal og derved styrke formidlingen på dagen, undersøgte vi først besøgsantallet til åbent husarrangementer hos kyllingeproducenter og lignende. Vi kunne konstatere at sådanne arrangementer kun kan trække et relativt lavt antal besøgende (10-70 personer). 2 demonstrationsdage ville derfor kunne trække maksimalt ca. 140 besøgende. Derfor undersøgte vi mulighederne for at koble os op på et arrangement med stærke markedsføringskræfter og med stort besøgsgrundlag. Vi valgte at indgå et samarbejde med Åbent Landbrug, da de ofte har et besøgstal på mellem 500-1500 besøgende per landbrug.

## Arbejdspakke 5: Formidling

De fire første arbejdsopgaver tilvejebragte ny viden om økologiske kyllinger fra flere vinkler. I sidste arbejdsopgave blev den nye viden formidlet til hele værdikæden: Producenter og slagterier, Dagligvarekæder, Foodservice, Sundhedsprofessionelle, Undervisere i madkundskab, Madskribenter/bloggere, Forbrugere

### **Note 16 Æd den og red den!**

**Tilskudsmodtager:** Randers Regnskov

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

#### **Projektets formål**

Formålet var at fremme afsætningen af økologiske fødevarer baseret på bevaringsværdige genetiske ressourcer. Specifikt skulle "Æd den og red den!" udvikle og teste en fælles markedsindsats for 4 økologiske fødevarerproducenter og virksomheder (Aarstiderne, Skovsgaard, Falslevgaard (udgået undervejs), Brænderiet Enghaven). Projektet skulle endvidere genere viden på baggrund af testen og formidle denne viden.

#### **Projektets aktiviteter**

##### Arbejdspakke 1: Udvikling af testprodukter og kommunikation

I arbejdsopgave 1 blev der udviklet testprodukter, fælles og individuel kommunikation og strategi for test i markedet. Der blev udviklet en testplan for hver enkelt virksomhed. På tværs af de 3 virksomheder blev der afholdt to workshops, hvor der blev diskuteret kommunikation og markedsføring på tværs af virksomhederne. Der blev udviklet et oplæg for præsentation af konceptet i butikker. Dette blev brugt som udgangspunkt for den konkrete udformning af kommunikationsmaterialer. Af konkrete kommunikationsmaterialer blev der udviklet et fælles logo, bagsidelabels med individuelle historier til i alt 13 produkter, 5 forskellige plakater til indretning af test i butikker, beklædning til fryser, flyer med kernefortælling, lille plakat med kernefortælling, skilte til lanceringsevent.

##### Arbejdspakke 2: Test i markedet

Testen i markedet bestod af to dele. En del, der foregik i virksomhedernes egne salgskanaler og en del, hvor Randers Regnskov bruges som afsæt for afsætning og kommunikation.

I Randers Regnskov blev der i juni afholdt en lanceringsevent for konceptet med blandt andet deltagelse af de involverede virksomheder. Desuden har der i Randers Regnskov igennem testperioden været en "Æd den og red den" afdeling i souvenirbutikken.

På Skovsgaard Gods har der været en ligeledes været en "Æd den og red den" afdeling i gårdbutikken med både egne produkter og produkter fra de andre producenter. Desuden er der påbegyndt en dialog med Dansk Cater, som Skovsgaard Gods har et strategisk partnerskab med, om evt. at gøre "Æd den og red den" til et koncept, der udbydes igennem Dansk Cater. Aarstiderne har igennem testperioden solgt 8 forskellige ærte- og bøttesorter under det fælles koncept fra deres gårdbutik i Humlebæk. Herudover har "Æd den og red den" været iscenesat og kommunikeret ifm. høstmarkedet ved Aarstiderne og ifm. Aarstidernes fællesmiddage. Endelig har Aarstiderne udsendt et nyhedsbrev om "Æd den og red den" i alle deres kasser i en uge i november. Brænderiet Enghaven har testet forskellige spiritus-produkter, herunder et udviklet decideret til "Æd den og red den" i butikkerne Randers Regnskov og på Skovsgaard Gods.

##### Arbejdspakke 3: Vidensindsamling / forbrugerindsigter

Der er gennemført en kvalitativ forbrugsanalyse af konsulentvirksomheden EXTRA/ORDINARY, hvor blandt andet udvalgt kommunikationsmateriale fra testen er præsenteret for 10 udvalgte husholdninger. Analysen

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

blev tilrettelagt så den kunne sige noget om, hvordan relevante målgrupper danner mening omkring budskaber om genetisk biodiversitet. Desuden blev der gennemført en survey og semistrukturerede interviews i samarbejde med AU, hvor der blev samlet op på producent- og virksomhedserfaringer fra testen. På baggrund af den samlede indsamling af erfaringer og indsigter, blev der udviklet et markeds katalog.

Arbejdspakke 4: Vidensspredning – til forretningsnetværket og bredt i økologien

Projektets erfaringer og markeds katalog er blandt præsenteret på økologikongressen ved en stand og ind i et bredere økologisk forretningsnetværk af virksomheder og producenter omkring Randers Regnskov. Derudover har projektet leveret en artikel til "Økologi – Inspiration til jordbruget", der har været bragt en artikel i jordbrug.dk. "Æd den og red den" har løbende været i dialog med fagbladet Økologisk Landbrug og forventer en artikel bragt ultimo 2019 eller primo 2020. Endelig har projektet leveret en artikel til medlemsbladet for Danske Husdyr og præsenteret projektet ved et oplæg i foreningen. Projektet har desuden været formidlet i en række lokale medier, herunder Fyns Amts Avis (forsidehistorie) og Randers Amtsavis. Der har været bragt 2 indslag på P4 om initiativet.

## Note 17 Økologi på Danmarks største slagteriskole

**Tilskudsmodtager:** Zealand Business College

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

Projektet har til formål at sikre branchen medarbejdere med indsigt, viden og kompetencer til at håndtere og udvikle det økologiske kødmarked gennem for det ene at udvikle ZBC, Roskilde til delvist økologisk slagteriskole og for det andet at øge afsætningen af økologiske slagtervarer gennem kompetenceudvikling i branchen.

Slagteriskolen i Roskilde (ZBC) er Danmarks største slagteriskole, og skolen har ambitioner om at blive Danmarks første delvist økologiske slagteriskole. Ambitionsniveauet er højt, og potentialet for øget afsætning af økologisk kød er enormt. ZBC's ambitionsniveau er, slagtning, opskæring, undervisning, kantiner og slagterudsalg gøres delvis økologisk.

I projektet vil der ske en udvikling af koncept og handlingsplan, Inspiration til faglærere – udvikling af seminar og kompetenceudvikling af faglærere, Udvikling af koncept for samt etablering af økologisk shop-in-shop i eksisterende slagterbutik – undervisning i håndtering af økologiske varer i butik, Returslagtning - herunder også undervisning af faglærere med henblik på rådgivning af eksisterende og kommende producenter af økologisk kød samt gårdbutik samt Kompetenceudvikling af slagtere – udvikling af efteruddannelsesforløb

## Note 18 Grøn fremtid i fødevaresektoren: Fremme af økologiske vegetariske produkter

**Tilskudsmodtager:** Dansk Vegetarisk Forening (DVF)

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

**Projektets formål**

Der er ifølge FN's klimapanel og forskere fra Oxford behov for en kraftig reduktion af kødforbruget. Projektet vil gennem rådgivning af landmænd og fødevareindustri samt påvirkning af detailhandel og forbrugere fremme økologiske vegetariske produkter.

### Projektets aktiviteter

- Oprettelse af en rådgivningsfunktion specifikt for økologiske plantebaserede produkter. Til rådgivning af landmænd, fødevareindustri, forskere, iværksættere og detailhandel.
- Forbrugerundersøgelse med fokus på økologipræferencer blandt fleksitarer, vegetarianer og veganere.
- Erhvervsmøder og møder med interessenter indenfor projektets emne for at italesætte efterspørgslen på økologi i udvalget af vegetariske og veganske produkter, samt opfordring til at udvikle økologiske varianter af eksisterende vegetariske produkter og/eller helt konvertere eksisterende produkter og/eller økologisere råvarer anvendt i eksisterende produkter
- Detailhandel: Formidling med statistik og gode argumenter arbejde for, at detailhandlen prioriterer økologiske fødevarer i deres plantebaserede sortiment.
- Bidrag til markedsføring af nye produkter: Udbrede kendskabet til i det vegetariske forbrugersegment via vores forskellige informationskanaler (nyhedsbrev, hjemmeside og Facebook).
- Samarbejde med forskningsmiljøer og netværk

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

- Materiale: udgivelse af en gratis informationspjece om økologipræferencer blandt folk, der spiser fleksitærisk, vegetarisk og vegansk - online og trykt i 3000 eksemplarer.
- Seminarer: Afholdelse af to seminarer for erhvervslivet om den plantebaserede trend og koblingen med økologi. Minimum 30-40 deltagere på hvert seminar. Rundspørge til repræsentanter fra erhvervslivet om deres behov fremover

## **Note 19 Råd til Økologi – fremtidens husholdning**

**Tilskudsmodtager:** Frugtformidlingen

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

At udvikle metoder til open source-events, som formidler økologisk landbrug og husholdning. At øge nye børnefamiliers vidensgrundlag, så deres økologiske præference fastholdes. At fastholde erfarne økologifor- midlere i den økologiske branche ved at vise nye forretningsområder. Alt sammen for at skabe glæde, energi og øget omsætning i økologiske gårdbutikker, detailhandel, butikker, restauranter, cafeér ol.

### **Projektets aktiviteter**

Opsummerende har projektet koncentreret sig om 4 aktiviteter, som alle er gennemførte som beskrevet, med følgende kommentarer:

1) Bogens manuskript er færdigskrevet og afleveret til Forlag. Vi forventer tryk medio 2020. Bogens titel er undervejs ændret til "Glæde ved bordet". Illustrationer til open source, workshops og sociale medier er illustreret af kunstner Sara Stilling.

2) Vi har afholdt 4 workshops i hhv. Nørrebro, Vejle, Århus og Amager.

Vi startede med at indgå samarbejde med 6 gårdbutikker landet over om de planlagte workshops, men på grund af flere omstændigheder viste det sig for vanskeligt for gårdbutikker at rekruttere målgruppen. Vi valgte derfor undervejs i projektet at flytte workshop-locations til steder, hvor målgruppen i forvejen har sin daglige gang; fortrinsvist i daginstitutioner, barselshus og en enkelt café. Vi justerede også på tidspunkt (fra formiddag til eftermiddag/aften), og lagde nogle ekstra i kalenderen, for at have bufferarrangementer. Vi har undervejs i projektet erfaret at det er en svær målgruppe at få kontakt med. Vi har været nødt til at aflyse 4 workshops pga for få tilmeldte (færre end 5 personer). Disse workshops var planlagte i større institutioner (+350 børn) i Herning og på Østerbro, Amager og Frederiksberg, Kbh. Alt i alt har vi iværksat 8 workshops, hvoraf vi har afholdt 4. Det har været meget tidskrævende med rekruttering, og vi har brugt ekstra timer på at dele flyers ud, hænge plakater op, markedsføre på facebook mm, og må sande, at vi nok skulle have indgået et større mediesamarbejde for at lette rekrutteringen.

3) Vi driver den private gruppe Glæde ved bordet på Facebook.

Her deler medlemmerne deres egne oplevelser og tips til mere glæde ved bordet. Frugtformidlingen lægger desuden jævnligt nye illustrationer og tips ud i gruppen. Pr. 20/1 2020 har gruppen 479 medlemmer, og målet var 500, så vi er tilfredse med denne del.

4) Vi har udviklet en open source-drejebog til undervisere med praktiske og didaktiske overvejelser, så alle med lyst og viden til enhver tid kan afholde en workshop i sit lokalsamfund. Vi har desuden udviklet relevant materiale, herunder præsentation til oplæg, invitation til deltagere, pressemeddelelse samt udvalgte slides og madplaner til uddeling til deltagere. Alle illustrationer er tillige tilgængelige og kan bruges frit. Det samlede materiale kan frit downloades på [www.frugtformidlingen.dk/gvb](http://www.frugtformidlingen.dk/gvb). Vi vil i den kommende tid gøre opmærksom på materialet i alle de relevante fora, vi kan komme i kontakt med.

## **Note 20 Økologisk omlægning på efterskoler: Råvarer, drift og tanke**

**Tilskudsmodtager:** Norm IVS

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål er, via økologiomlægning af køkkener, at skabe et øget forbrug af økologiske rå- varer på efterskoler. Målsætningen er desuden, at omlægningen sker uden en meromkostninger i driften. Projektets produkter er en intervention på 4 efterskoler samt et skriftligt vejledningsmateriale til brug på andre skoler.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter

### Arbejdspakke 1

Intervention på 4 efterskoler og kompetenceudvikling af køkkenmedarbejdere.

Interventionen har været opbygget efter den i afsøgning beskrevet model, den er dog løbende blevet tilpasset så den passer til året på en efterskole. Arbejdspakke 1 er afsluttet i 2018.

### Arbejdspakke 2.

Erfaringsindsamling til af vidensdeling og Opskrifter og tekst til omlægningsværktøj. Udvikling af omlægningsværktøj Distribuerings af viden og omlægningsværktøj.

## Note 20 Omlægningstjek til private professionelle spisesteder

**Tilskudsmodtager:** Fonden Københavns Madhus

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

Fonden Københavns Madhus gik konkurs.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab2019

## Puljen: Viden & Kompetencer

### Note 1. Omlægningstjek – viden og kompetencer indenfor økologisk landbrugsproduktion

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer, SEGES

**Hovedformål:** Rådgivning

I projektet er der gennemført omlægningstjek og fastholdelses-/udviklingstjek. Derudover er der afholdt informationsmøder og netværksaktiviteter for gruppen af nye økologiske landmænd. Forskellige emner har været behandlet på de 12 informations- og netværksmøder, der har været afholdt rundt i hele Danmark i løbet af 2019. Plantefaglige emner og markedssituationen har især været populære emner ved møderne. Der er udarbejdet et fakta-ark, som er tilgængeligt online, og er anvendt af de lokale økologirådgivere, samt ved kongresser og møder i 2019.

Omlægningstjek er rettet mod konventionelle landmænd, som overvejer at omlægge til økologi. Et omlægningstjek kan bidrage med et grundlag for at træffe en beslutning om evt. omlægning til økologi. Fastholdelses-/udviklingstjek er rettet mod nuværende økologer og skal medvirke til, at de økologiske landmænd optimerer bedriften i stedet for at tilbagelægge til konventionel drift.

### Note 2. Bæredygtighedstjek for nyomlagte bedrifter

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer, SEGES

**Hovedformål:** Rådgivning

I projektet er der gennemført bæredygtighedstjek.

Et bæredygtighedstjek har til hensigt at forbedre de økologiske bedrifters præstation inden for klima, energi, biodiversitet, næringstoffer, jord, arbejdsforhold mv. Tjekket skal sikre, at økologer fastholder udviklingsretningen, og at økologien udvikles. Målgruppen er bedrifter, som har været færdigomlagte i mindst et år, men maksimalt har været omlagt i to år.

### Note 3. Omlægningstjek 2019

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Rådgivning

I projektet er der gennemført omlægningstjek.

Omlægningstjek er rettet mod konventionelle landmænd, som overvejer at omlægge til økologi. Et omlægningstjek kan bidrage med et grundlag for at træffe en beslutning om evt. omlægning til økologi.

### Note 4. Økologiske omlægningstjek af SMV'er – slagter og bager

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Rådgivning

Projektets aktiviteter bestod i en dybdegående markedsanalyse, som blev præsenteret for deltagende bagere og slagtere, samt 10 gennemførte økologiske omlægningstjek. Omlægningstjekene gav en 360 graders analyse og køreplan for den enkelte virksomhed, som efter tjekket kunne vælge at lægge om til økologi på baggrund af anbefalingerne fra projektet.

### Note 5. Biodynamiske omlægnings-, fastholdelses- og bæredygtighedstjek

**Tilskudsmodtager:** Foreningen for Biodynamisk Jordbrug

**Hovedformål:** Rådgivning

I projektet er der gennemført omlægningstjek, fastholdelses-/udviklingstjek og bæredygtighedstjek.

Omlægningstjek er rettet mod konventionelle landmænd, som overvejer at omlægge til økologi. Et omlægningstjek kan bidrage med et grundlag for at træffe en beslutning om evt. omlægning til økologi.

Fastholdelsestjek er rettet mod nuværende økologer og skal medvirke til, at de økologiske landmænd optimerer bedriften i stedet for at tilbagelægge til konventionel drift.



## Noter til supplerende oplysninger – Regnskab2019

Et bæredygtighedstjek har til hensigt at forbedre de økologiske bedrifters præstation inden for klima, energi, biodiversitet, nærringstoffer, jord, arbejdsforhold mv. Tjekket skal sikre, at økologer fastholder udviklingsretningen, og at økologien udvikles.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## 1. Den ordinære pulje

### **Note 1. Recirkulering – fra affald til bedre økologisk næringsstofforsyning**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Udvikle forretningsmodel, der sikrer tilbageførsel af næringsstoffer i affald til økologisk planteavl, hvor potentialet er størst. Og skabe incitament og engagement for recirkulering fra by til land.

**Projektets aktiviteter:**

AP1: Fra husholdningsaffald til økologisk gødning

- Analyse og beskrivelse af caseområde i Østjylland med opgørelse af ressourcer i KOD og restprodukter og potentialet for recirkulering af KOD, husdyrgødning og anden biomasse i Østjylland.
- Analyse af gødning og visuelle vurderinger i markforsøg for undersøgelse af gødningens kvalitet og indhold af fysiske urenheder, herunder særligt plastik/mikroplast.

AP2: Markforsøg - gødningsværdi af kildesorteret organisk dagrenovation KOD

- Markforsøg der kortlægger næringsstof og gødningsværdi af afgasset KOD rent og i realistisk blandingsforhold med husdyrgødning. Gødningsforsøg med KOD i vårbyg, fem forsøgsled på fem lokaliteter i Østdanmark, sammenlignet med svinegylle og Øgro.

AP3: Recirkulering af andre organiske restprodukter

- Analyse af tilgængelighed, optimal tildeling/anvendelse og barrierer herfor af andre betydelige organiske rest- og affaldsprodukter end KOD. Analysen omfatter de organiske rest- og affaldsprodukter, der allerede findes i bilag 1 i 'Vejledning om økologisk jordbrugsproduktion' og produkter, der forventes snarligt at kunne optages i bilaget.

AP4: Formidling, initiativ, igangsætning og rådgivning

- Udarbejde materiale der øger kendskabet og formidler viden om de krav, der er til affalds- og restprodukter, der anvendes til økologisk produktion til kommuner og affaldsselskaber.
- Dialog- og interessentmøder med centrale aktører i recirkuleringskæden for at opnå fælles forståelse for udfordringer, muligheder og udviklingspotentiale ved recirkulering til den økologiske produktion.

### **Note 2. KLIMALANDMAND – Værktøj til klimahandling på bedriften**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at udvikle et klimaværktøj, KLIMALANDMAND, som er validt, operationelt og i stand til at estimere den enkelte bedrifts klimabelastning. Klimaværktøjet danner grundlag for at udarbejde en handlingsplan for bedriften ud fra hvilken, landmanden kan træffe konkrete og klimavenlige valg for sin bedrift.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet består af fire arbejdsplaner (AP1-4).

I AP1 blev viden om emissionskilder, deres emissionsfaktorer samt klimatiltag og disses reduktionspotentiale indsamlet og systematiseret. Den viden, der blev opbygget i AP1 dannede grundlag for udviklingen af klimaværktøjet KLIMALANDMAND for økologiske mælke- og kødproducenter og planteavlere (AP2).

I AP3 blev der udviklet en handlingsplan for videreudviklingen af KLIMALANDMAND, målrettet økologiske fjerkræ og svinebedrifter. Projektets resultater blev udbredt i AP4 gennem en bred formidlingsindsats.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Arbejdspakke 1 (AP1):

Emissionskilder, emissionsfaktorer, klimatiltag og reduktionspotentiale Viden er indsamlet om emissionskilder, deres emissionsfaktorer samt veldokumenterede klimatiltag og deres reduktionspotentiale. Der er screenet for viden inden for følgende fire områder:

1. Energiforbrug og -produktion
2. Metanudledning
3. Lattergasudledning
4. Kulstofopbygning

Bedriftsspecifikke data er benyttet i videst mulig udstrækning. Hvor dette ikke har været muligt, er anvendt data baseret på nationale gennemsnitsværdier eller fra IPCC Guidelines. Vidensindsamlingen er udført af to faggrupper. Den ene gruppe bestod af klimafaglige eksperter i landbrugssektoren. Den anden ekspertgruppe bestod af et landmandspanel af klimabevidste landmænd.

## Aktiviteter i AP1:

1. Systematisering af viden om emissionskilder og deres emissionsfaktorer samt om klimatiltag og disses reduktionspotentiale
2. Opdatering af Økologisk Landsforenings eksisterende Klimakatalog med nye klimatiltag og ny viden om eksisterende tiltags reduktionspotentiale

## Arbejdspakke 2 (AP2): Udvikling af klimaværktøjet KLIMALANDMAND

Eksisterende emissionsberegningsværktøjer er gennemgået for at inddrage komponenter herfra i KLIMALANDMAND.

En IT-løsning og en protokol er udarbejdet for automatisk at kunne trække bedriftsspecifikke data fra Ø90 Online til KLIMALANDMAND.

En modulopbygget excel- og databasebaseret version af værktøjet er udviklet, hvori en del manuel indtastning er nødvendig for at køre værktøjet. En klimaworkshop for interesserede parter, hvor indhold, struktur og retning blev diskuteret, er afholdt. Input herfra er inkorporeret i den endelige version af værktøjet.

## Aktiviteter i AP2:

1. Gennemgang af eksisterende emissionsberegningsværktøjer
2. Analyse af, hvordan bedriftsdata fra Ø90 Online integreres i klimaværktøjet, og udarbejdelse af nødvendige protokoller herfor
3. Udvikling af klimaværktøj til brug på mælkekvægs-, kødkvægs- og planteavlsbedrifter
4. Afholdelse af klimaworkshop med interessenter fra erhvervet omhandlende udvikling og forankring af værktøjet i erhvervet
5. Test af KLIMALANDMAND på to bedrifter

## Arbejdspakke 3 (AP3): Videreudvikling af KLIMALANDMAND

Der er udarbejdet en handlingsplan for videreudviklingen af KLIMALANDMAND fra et Excel-baseret klimaværktøj til et fuldt udfoldet regneprogram med en grafisk brugerflade, som er i stand til at servicere alle større driftsgrene.

Aktiviteter i AP3: 1. Udarbejdelse af en handlingsplan for KLIMALANDMANDs fremtidige udvikling inden for frugt-/grøntsagsproducenter, fjerkræ- og svinebedrifter.

## Arbejdspakke 4 (AP4): Formidling

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Projektets resultater og konklusioner er formidlet bredt til landmænd, rådgivere og interessenter kontinuerligt i projekt-perioden via tilgængelige platforme og kanaler.

Aktiviteter i AP4:

1. Løbende nyhedsflow om projektets resultater på hjemmeside (okologi.dk) og i nyhedsbreve (tre indlæg hvert sted)
2. Formidling til Økologikongres 2019 på en stand og til et temamøde
3. To artikler i avisen Økologisk Landbrug om projektet og dets resultater

## **Note 3. InTRÆgrer 2.0 – integration af træer i økologisk landbrug**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets formål er gennem skovlandbrug at kunne anvise et nyt økologisk produktionssystem med en mere robust økonomi, mindre klimabelastning samt større biodiversitet. Projektet bygger videre på resultater fra projektet InTRÆgrer, som gennemførtes i 2018.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet var inddelt i tre arbejdsplaner (AP1-3), som har genereret viden, der anviser veje til integration af træer og buske i den økologiske produktion med økonomiske, klima- og biodiversitetsmæssige gevinster.

I AP1 blev skovlandbrug implementeret på tre økologiske bedrifter. I AP 2 blev fordele og barrierer forbundet med en udbygning af skovlandbruget i den danske økologiske landbrugssektor analyseret, mens AP3 har haft til mål at formidle skovlandbrug og dets fordele som driftsgren, henvendt til økologiske landmænd.

Arbejdspakke 1 (AP1): Implementering af skovlandbrug i økologiske landbrug

På baggrund af resultater fra projektet InTRÆgrer blev tre kombinationsmuligheder i skovlandbrug udvalgt, som efterfølgende blev etableret som mindre forsøg på 2-16 ha på tre forskellige bedrifter. Der blev etableret et skovlandbrug hos en planteavler med en kombination af planteval til konsum og frugt- og nøddetræer, hos en mælkeproducent med en kombination af foderafgrøder/malkekæg og fodertræer, og endeligt hos en kødkvægsproducent med en kombination af foderafgrøder/kødkvæg og bærbuske. Inden implementering blev der udarbejdet dyrkningsvejledninger for hvert skovlandbrug. Baselinemålinger for biodiversitet og produktionsøkonomi blev udarbejdet forud for etableringen, for herved at kunne estimere systemernes samlede effekter for de to parametre på langt sigt. Der blev lavet analyse af de implementerede skovlandbrugs fremtidige produktionsøkonomi i samarbejde med en driftsøkonom, og der blev udarbejdet en forretningsplan for hver af de tre bedrifter, baseret på fremskrivninger af vedplanternes vækst over en 20-årig periode.

Aktiviteter i AP1:

- a. Etablering af samarbejde med tre landmænd, som vil afprøve skovlandbrug i praksisforsøg
- b. Udarbejdelse af dyrkningsplan og -vejledning for de tre skovlandbrug
- c. Indsamling af baselinemålinger for biodiversitet og økonomi på de tre skovlandbrug
- d. Etablering af skovlandbrug hos de tre landmænd
- e. Udarbejdelse af fremtidig produktionsøkonomi og forretningsplaner for de tre skovlandbrug
- f. Estimering af langsigtede effekter for kulstofopbygning og biodiversitet i de tre skovlandbrug

Arbejdspakke 2 (AP2): Fordele og barrierer forbundet med skovlandbrug

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Fordele og barrierer forbundet med udvikling og udbredelse af skovlandbrug i dansk landbrugsproduktion blev identificeret og beskrevet i det udarbejdede skovlandbrugskatalog.

Aktiviteter i AP2: a. Identificering af produktionsmæssige fordele ved skovlandbrug, herunder bl.a. biologiske, miljømæssige, økonomiske og samfundsmæssige fordele

b. Identificering af barrierer for udbygning af skovlandbruget, herunder bl.a. biologiske, fysiske, tilskudsrelaterede og afsætningsmæssige barrierer

Arbejdspakke 3 (AP3): Implementering og formidling Projektets resultater er blevet formidlet bredt til økologiske landmænd, for herigennem at kunne aktivere fremtidige potentielle skovlandbrugs-praktikere. Projektet er blevet formidlet via flere platforme og kanaler.

Aktiviteter i AP3:

a. Formidling af projektet og projektresultater ved en stand og et temamøde på Økologikongres 2019

b. Løbende nyhedsflow om projektets undersøgelser og resultater på hjemmeside (okologi.dk), sociale medier (Facebookgruppe målrettet interessenter indenfor skovlandbrug er oprettet og nyheder er delt herigennem - [www.facebook.com/groups/skovlandbrug](https://www.facebook.com/groups/skovlandbrug)) og i nyhedsbreve

c. To artikler i fagligt relevante medier om projektet og dets resultater d. Åbent hus-arrangementer hos en af forsøgsværterne (planteavleren) med fokus på implementering, dyrkningsplan, økonomi, fordele og udfordringer.

## **Note 4. Carbon-Farm - bæredygtige dyrkningssystemer i landbruget**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Formålet med projektet er at udvikle, undersøge, implementere og udbrede bæredygtige dyrkningssystemer i Danmark. Dyrkningssystemerne skal bevare og opbygge jordens frugtbarhed i både konventionelt og økologisk landbrug. Det økologiske landbrug udvikler sig hen i mod mere bæredygtige og klimavenlige dyrkningsmetoder.

### **Projektets aktiviteter:**

Projektet er delt op i følgende arbejdsplaner med den ansvarlige part nævnt i parentes. Det er kun arbejdsplaner 1.1 og 3, fonden medfinansierer.

AP 1: Bæredygtige dyrkningssystemer. AP 1 er opdelt i 4 under-arbejdsplaner:

AP 1.1 Udvikling og afprøvning af bæredygtige dyrkningssystemer (ØL)

AP 1.2 Agronomiske og miljømæssige effekter (AU Agro-Økologi)

AP 1.3 Dyrkningssystemernes effekter på biodiversitet (AU-BioScience)

AP 1.4 Kvantificering af effekten af dyrkningssystemer til opbygning af jordens kulstofpulje (KU-Institut for Plante- og Miljøvidenskab)

AP 2: Udvikling af maskintekniske løsninger (FRDK)

AP 3: Projektledelse, formidling og implementering (ØL)

AP1.1 Udvikling og afprøvning af bæredygtige dyrkningssystemer. Arbejdspakkeleder: Janne Aalborg Nielsen, Økologisk Landsforening. CarbonFarm dyrkningssystemerne udvikles og afprøves i store forsøgsplots i markerne hos de fire landmænd, som deltager i projektet - to økologiske og to konventionelle. For-

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

søgene er godt i gang. Dyrkningssystemerne udvikles gennem i alt tre vækstsæsoner. Der indgår fire forsøgsbehandlinger i forsøgene, som afprøves på alle fire bedrifter. Det er pløjning som reference i forsøgssled 1 og reduceret jordbearbejdning og Conservation Agriculture i forskellige grader i de øvrige forsøgssled. I forsøgene er der monitoreret sygdomme, ukrudt og skadedyr. Forsøgene danner det vigtige grundlag for undersøgelser af effekter af dyrkningssystemerne, som udføres af Københavns Universitet og Aarhus Universitet i arbejdsplaner 1.2-1.4. Endvidere bruges forsøgene som grundlag for deling og implementering af den opnåede viden gennem bl.a. markdemonstrationsdage hos de deltagende bedrifter og i erfagrupperangementer, se også AP 3.

AP 3. Arbejdsplanleder: Janne Aalborg Nielsen, ØL. Der er fortsat stor interesse for projektet. Der er bl.a. holdt indlæg om projektet ved forskellige arrangementer, se projekthjemmesiden. Der er udgivet en video om projektet. I juli måned var ca. rådgivere 30 rådgivere, økologiske og konventionelle, samlet til erfaringsgruppe arrangement på Sjælland med besøg på forskellige bedrifter. Arbejdet med at udarbejde en værktøjskasse er godt i gang. I projektgruppen er der holdt koordinerende projektmøder for at sikre fremdrift og koordination i projektet.

## **Note 5. Flere sunde og bitre grøntsager til foodservice sektoren og forbrugeren (BitterSund)**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Formålet med dette projekt er, at gennemføre dyrkningsforsøg med grøntsagsarter og sorter, teste for bitterhed og stærke smage samt for indholdsstoffer samt teste sorternes egenskaber i køkkener.

**Projektets aktiviteter:**

BitterSund projektet er opdelt i fire arbejdsplaner:

1. Effektiv dyrkning af flere sunde og bitre kål og rodfrugter samt øget indtjening
2. Udvikling og afprøvning af sunde og bitre grøntsagskoncepter til foodservice sektoren og forbrugeren
3. Undersøgelse af effekt på økonomi, sundhed og miljø af ændrede kostvaner mod øget forbrug af sunde og bitre kål og rodfrugter
4. Formidling og projektledelse

Projektet medfinansierer GUDP-samarbejdsprojekt 'BitterSund' mellem Økologisk Landsforening, Aarhus Universitet, Regionshospitalet Randers, Aarstiderne A/S, Axel Månsson Øko og Københavns Universitet. Økologisk landsforening har stået for projektledelsen og har i samarbejde med projektets partnere stået for fremdriften, afholdelse af projektmøder, beskrivelse af resultater, formidling heraf bl.a. i oversigter og pjecer samt på hjemmesiden [www.bittersund.dk](http://www.bittersund.dk). Specielt i 2019 har Økologisk landsforening stået for et afslutningsarrangement på Catering Midt 2019 for storkøkkener i samarbejde med AB Catering. Endelig har Økologisk Landsforening stået for projektets samlede afrapportering.

## **Note 6. Styr på den økologiske jordfrugtbarhed**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at øge udbytterne i økologisk planteproduktion gennem målrettet fokus på livet i jorden, en afgørende faktor i opbygningen af jordens frugtbarhed. Formålet er endvidere at gøre viden på området operationelt og tilgængeligt for landmanden.

**Projektets aktiviteter:**

Arbejdsplan 1: Status på jordfrugtbarhed ud fra "state of the art" - metoder Data fra fem bedrifter, som indgik i en undersøgelse af jordmodstand og jordstruktur i 2004, er anvendt i nærværende projekt. Data

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

fra 2004 er suppleret, idet der er udarbejdet en grundig status for jordens egnethed som dyrkningsmedie i 2019, udtrykt i kvalitet og frugtbarhed ved brug af analysemetoder, der er gængse i dag.

Denne status udarbejdes ved at analysere og beskrive følgende parametre: dræningstilstand, kalkningstilstand, jordtype- og jordstruktur (herunder spadediagnose), penetreringsmodstand, regnormebestand, jordbearbejdnings- og maskinstrategi, samt kulstof- og næringsstofindhold ud fra standard jordanalyser. Dyrkningshistorien fra 2004-2019, herunder udbyttehistorikken, er indsamlet for de fem bedrifter. Ved at sammenholde status for de fem bedrifter i 2004 med den grundige status i 2019 og dyrkningshistorien, inklusive udbyttehistorik, i perioden 2004-2019 er status og udvikling beskrevet for de enkelte bedrifter i et katalog, som danner udgangspunkt for det videre arbejde. Det er opgjort og vurderet, hvilken effekt dyrkningshistorien har haft på jordens frugtbarhed frem til i dag. Status er udarbejdet i samarbejde med landmændene på bedrifterne og planteavlskonsulenter.

Arbejdspakke 2: Next step i jordens frugtbarhed Der er bygget oven på metoder og resultater fra AP 1 med vægt på at inddrage livet i jorden som en aktiv og meget betydende parameter. Følgende metoder er afprøvet og beskrevet; Solvita soil test, Mikroskopi af jordprøver hos to laboratorier og Albrecht jordanalyse. Metoderne skal også valideres med hjælp fra eksterne partnere. Dette arbejde udføres i 2020, jf. projektførelængelse.

Resultaterne fra test 1) - 3) er sammenholdt med resultaterne fra AP 1, og sammenfattet for den enkelte bedrift, med henblik på at udarbejde handlingsplaner i år 2020, hvor dette er relevant. Arbejdspakke 3: Involvering, implementering og formidling af next step i jordens frugtbarhed Dette arbejde udføres i 2020

## **Note 7. Værdiskabelse via samspil med vandværker og kommuner: Klima, drikkevandsbeskyttelse, naturpleje og recirkulering af næringsstoffer**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

### **Projektets formål:**

Formålet med projektet er at skabe nye udviklingsmuligheder for de økologiske landmænd ved at udbrede succesfulde erfaringer med kommunale samspil med økologer om øget næringsstofforsyning, naturpleje, drikkevandsbeskyttelse og klimahandling.

### **Projektets aktiviteter:**

Samlet har aktiviteterne haft følgende formål: Dokumentation af samt formidling af viden og erfaring med de nævnte metoder mhb. øget kendskab til metoderne og deraf udbredelse af metoderne i kommunerne. Hovedaktiviteterne i projektet er:

- Dokumentation
- Formidling via fagnetværk
- Formidling via fagmedier
- Formidling via faglige konferencer og workshops

### **Dokumentation:**

Faktaark: Der er lavet fire faktaark om lokale løsninger med økologi og hhv. drikkevandsbeskyttelse, klima, naturpleje og recirkulering af næringsstoffer fra kommunale affaldsstrømme.

Casebeskrivelser: Beskrivelser der viser, hvordan økologien kan bruges til at blive en mere bæredygtig kommune.

Peter Nordholm Andersen, Omlægningstjek er et godt grundvandsværktøj i kommunerne, Magasinet Økologisk, efterår 2019.

Peter Nordholm Andersen, Kunsten af pleje borgere, blomster og køer, Løft verdensmålene, forår 2019.

Peter Nordholm Andersen, Handlingsplan letter gårdens klimaafttryk, Løft verdensmålene, forår 2019.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Formidling via faglige netværk, medier, konferencer og workshops

Deltagelse med oplæg på følgende:

- DANVA Årsmøde i Esbjerg. D. 20. maj.
- Vandets hus d. 23.-24. maj.
- Natur & Miljøkonference d. 27.-28. maj 2019.
- Grundvandsseminar for DANVA og EnViNa den 30. september med oplæg og stand.
- Løsningsgalleriet, Økologi Kongres 20. november 2019.
- Grundvandsnetværkets Årsmøde d. 20. maj.

Artikler: Henrik Hindby Koszyczarek, Opråb til borgere: Hjælp din lokale øko-landmand ved at sortere affald rigtigt, [okologisk.nu](http://okologisk.nu), 30. oktober 2019.

Irene Brandt-Møller, Vårbyg gror godt i afgasset KOD, [okologisk.nu](http://okologisk.nu), 17. September 2019.

Peter Nordholm Andersen, Økologi, en genvej til pesticidfrit drikkevand, Dansk vand, #3 Juni 2019.

## **Note 8. Alternative innovative dyrkningssystemer i landbruget**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

At etablere og drive netværk for landmænd med hurtig udveksling af viden om og erfaringer med alternative og innovative dyrkningssystemer i landbruget med henblik på at videreudvikle produktionen.

### **Projektets aktiviteter:**

Projektet har samlet erfaringer fra praksis om en række alternative og innovative dyrkningssystemer, som afprøves af landmænd. Steder, hvor der afprøves relevante tiltag, er primært lokaliseret gennem en spørgeundersøgelse hos landmænd. Der er også indsamlet viden om aktiviteter inden for alternative og innovative dyrkningssystemer hos udenlandske landmænd. Denne viden er hovedsageligt indsamlet via sociale medier i netværk med fokus på emnet, specielt Twitter.

Et udvalg af de danske bedrifter, som er lokaliseret i spørgeundersøgelsen, har gennem besøg og interviews dannet grundlag for en første version af et inspirationskatalog over dyrkningssystemerne. Viden og erfaringer fra udenlandske bedrifter er samlet, bearbejdet og delt i Facebook gruppen, "Frugtbar landbrugsjord – gruppe til erfaringsudveksling". På siden deler landmænd også selv erfaringer.

I projektet etableres der netværk for rådgivere og landmænd, som ønsker at dele erfaringer med alternative og innovative dyrkningssystemer. Dette netværk får mere fokus i 2020. Der er arrangeret markmøder, hvor aktuelle emner er taget op. Det har bl.a. været fokus på frugtbar jord, grøngødning, kompostering, erfaringer med at bruge afgasset gylle i grøntsager og demonstration af maskinen der vedligeholder økologiske græsmarker eller nedmulder efterafgrøder. Der er planlagt og gennemført en studietur til Irland med 7 deltagere fra Danmark i oktober 2019.

## **Note 9. Udvikling af mobile staldsystemer – med fokus på svin og fjerkræ**

**Tilskudsmodtager: Økologisk Landsforening**

**Hovedformål: Rådgivning**

Projektet blev ikke gennemført med støtte fra fonden.



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 10. Næringsstofforsyning til højere udbytter (AP 5 i RDD3-projektet NutHY)**

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Rådgivning

**Projektets formål:**

Projektets formål er at fremme højere udbytter og større bæredygtighed i økologisk planteproduktion. Det opnås ved sammen med økologikonsulenter og økologiske landmænd at udvikle rådgivningsprocesser, der er mere helhedsorienterede og langsigtet optimerende i forhold til sædskifte, næringsstofforsyning og miljø.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet er en del af et større projekt (Nutrients for Higher organic crop Yields - NutHY), som er søgt sammen med en række partnere i puljen Organic RDD3 (ICROFS/GUDP) og bevilget ultimo 2016. Nedenfor beskrives aktiviteterne i arbejdsplan 5, som er den arbejdsplan, Økologisk Landsforening (ØL) får medfinansiering til fra Fonden for Økologisk Landbrug.

Arbejdsplan 5: Implementering af en ny og strategisk optimeringsproces for planteproduktionen i den daglige rådgivning af økologiske planteavlere. Ansvarlig: Janne Aalborg Nielsen, Økologisk Landsforening. Der er udvalgt ti rådgivere, som deltager i projektet. En er sprunget fra i 2019. Fem rådgivere fra ØkologiRådgivning Danmark og fire rådgivere fra DLBR. De ni rådgivere er blandet i to grupper. Hver gruppe består af rådgivere fra ØkologiRådgivning Danmark og DLBR. Den ene gruppe koordineres af SEGES og den anden gruppe af Økologisk Landsforening. Hver rådgiver har udvalgt en landmand/bedrift, som han/hun arbejder med i projektet med henblik på langsigtet, strategisk rådgivning. Der er i 2019 afholdt rådgiverskole i maj måned og et fælles møde for rådgivere, landmænd og forskere i projektet i september. Rådgivere og landmænd i projektet arbejder løbende med langsigtede rådgivningskoncepter.

## **Note 11. Topkvalitet i økologiske spisekartofler**

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Rådgivning

**Projektets formål:**

At styrke forudsætningerne øget afsætning og udbytte i økologisk kartoffelproduktion ved øget dialog mellem produktion og afsætningsled og ved at øge aftagere og forbrugeres kendskab til fordele ved at bruge danske økologiske spisekartofler.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet styrker produktion og afsætning af danske økologiske spisekartofler. Projektets gennemføres i fire arbejdsplaner:

- 1) Øget dyrkningssikkerhed
- 2) Sammenhæng mellem produktion og marked
- 3) Øget samarbejde mellem avlere, rådgivere og pakkerier
- 4) Kend din kartoffel

## **Note 12. Økodag 2019**

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

**Projektets formål:**

Formålet med Økodag 2019 er at øge forbrugernes viden om de værdier, der ligger bag den økologiske mælkeproduktion for derved at øge loyaliteten og salget af økologiske mejeriprodukter. Til Økodag inviteres forbrugerne ud på økologiske gårde i hele landet. Her er gæsterne med til at lukke de økologiske køer ud på græs for første gang i foråret, efter køerne har stået inde i stalden hele vinteren.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

Projektets aktiviteter: (maks. 1 side) 59 økologiske værtsgårde inviterede danskerne indenfor til Økodag 2019. I alt benyttede 204.000 danskere sig af tilbuddet og besøgte en økologisk landmand til Økodag. Nedenstående aktiviteter blev gennemført i samarbejde med både værter og mejerier:

- Der har været en rekrutteringsindsats for at tiltrække nye værter til Økodag. Det er lykket at få ni nye gårde med og for at hjælpe dem bedst muligt, blev de tilbudt et besøg af Økologisk Landsforening inden Økodag. De fik tilsendt en velkomstpakke med, fx diverse bannere, velkomsttræskilte, Øflag, store formidlingsplakater, budskabs- og navigeringsskilte, folder om sikkerheden på gården, idékatalog samt presseguide.
  - Den 8. januar blev der afholdt et fællesmøde, hvor både eksisterende og potentielle værter var inviterede. Også ægtefæller deltog. På mødet foregik erfaringsudveksling og dialog, ligesom værterne også blev klædt på i forhold til at kunne svare på klimaspørgsmål fra gæsterne på Økodag. Fællesmødet var populært blandt værterne. I alt deltog 73 personer.
  - Hovedbudskabet i Økodag var "Kør på græs", men derudover var FN's Verdensmål nr. 13 "Klimahandling" et undertema. Det betød bl.a., at gæsterne i gårdbeskrivelserne på økodag.dk kunne læse, hvilke konkrete klimatiltag den enkelte gård havde gennemført. Derudover var der info-plakater om klima og køer på gårdene, ligesom gæsterne kunne få en pixibog med hjem om køer og klima. Pixibogen har desuden det formål, at den er med til at forlænge oplevelsen ude på gårdene.
  - Der blev foretaget et omfattende arbejde for at finde ud af, hvilke sikkerhedsregler værterne til Økodag var underlagt. Projektet var i kontakt med både politi og beredskabsstyrelse, og resultatet blev en fælles national ordning på tværs af landets 12 politikredse.
- Konklusionen blev, at værterne ikke skulle udarbejde og indsende en sikkerhedsplan forud for Økodag. Overfor værterne blev det dog præciseret, at de er ansvarlige for sikkerheden på gården og skal gennemgå de processer og tjekliste, der er nedskrevet i den udarbejdede folder til Økodag.
- Der blev udarbejdet en guide til, hvordan værterne bedst muligt udnytter Facebook. Etablering af en lukket Facebookgruppe for værter, hvor de kan hente råd og vejledning hos hinanden.
  - Den eksisterende hjemmeside [www.økodag.dk](http://www.økodag.dk) blev benyttet og fungerede som hjertet i markedsføringen, idet gæsterne på siden kunne finde et danmarkskort og læse en individuel gårdbeskrivelse af alle de deltagende gårde til Økodag. Al markedsføring op til Økodag henviser til hjemmesiden, og derfor er hjemmesiden en væsentlig kanal for udbredelse af Økodag. Der blev foretaget mindre forbedringer på hjemmesiden af funktionel karakter. I perioden op til Økodag lavede Google om i deres betaling for at anvende google maps, som danmarkskortet på hjemmesiden er koblet op på. Det gav en ekstra udgift til Økodag. Indledende opstart af, hvordan projektet kan undgå dette i fremtiden blev igangsat.
  - Der blev lavet et grafisk univers, der blev brugt i markedsføringen. Layoutet blev brugt på mælkekartonannoncer hos både Arla, Thise, Naturmælk og Øllingegaard. Derudover blev universet anvendt på sociale medier, i tilbudsavisser og i markedsføringsplakater, som alle værter fik tilsendt til ophæng i lokalområdet.
  - Der blev udviklet forskellige markedsføringsmaterialer til en elektronisk toolbox, som detailhandlen og andre interessenter kunne gøre brug af for at finde relevante markedsføringsmaterialer. Dette resulterede i minimum otte omtaler i detailkæderne (Aldi, SuperBrugsen, Dagrofa, Føtex, Lidl, Nemlig.com, Netto og Rema). Derudover lavede, fx Dyrenes Beskyttelse opslag om Økodag på deres Facebookside, ligesom materialet blev benyttet af såvel værter som mejerier.
  - For i endnu højere grad at koble Økodag tættere sammen med mejeriprodukter og for også at give de forbrugere, der ikke selv har bilmuligheden for at komme til Økodag, blev der lavet et "opsamlingssted" i henholdsvis Aarhus og København, hvor forbrugere på forhånd havde sikret sig en busbillet mod symbolsk betaling. I alt deltog 76 forbrugere i arrangementet, der startede med morgenmad, hvorefter gæsterne i bus blev kørt ud til to gårde til Økodag og retur igen om eftermiddagen. Arrangementet var populært hos deltagerne, og det var mejerierne, der havde sponsoreret mejeriprodukter til indsatsen.
  - Der blev afholdt en åbningsevent på en gård på Djursland. Åbningen havde et klimafokus, og åbningstalen blev afholdt af Den Grønne Studenterbevægelse.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

- Alle værter fik mulighed for at få tilsendt hæftet "Forstå hvorfor økologi" til uddeling blandt gæsterne. Hæftet formidler de økologiske værdier både i tekst og billeder. Derudover fik værterne tilsendt budskabskilte samt træskilte, der havde til formål at vejlede gæsterne i, hvordan de skal opholde sig på gården, fx skilte om, at der kan være strøm i hegnet, skilte, der formidler, at køerne er store dyr, og at de voksne skal holde øje med børnene. Disse skilte var en del af den skærpede sikkerhed på gårdene. Derudover fik gårdene også, fx forskellige bannere, tatoveringer, hånddesinfektion, vejledning i håndtering af vega-
- Der er udført et omfattende pressearbejde, der resulterede i 189 omtaler herunder i TV-Avisen, TV2 Nyhederne og TV2 News samt samtlige regionale TV-stationer og et antal radioklip. Det betyder, at værdierne i Økodag ikke alene er nået ud til de forbrugere, der fysisk var ude på en gård til Økodag, men også er nået ud til de mange forbrugere, der har læst og set billeder på TV, i aviser eller på de sociale medier.
- For at øge synligheden af Økodag blev der lavet opslag og stories på Økologisk Landsforenings sociale medier primært Facebook og Instagram, men også Twitter. En del af opslagene har været annoncer for de deltagende værter. Opslagene er nået ud til i alt 635.148 personer, hvilket anses for at være ret tilfredsstillende. Til formålet er der taget billeder og optaget små filmklip.
- Der har været et samarbejde med Seges om screening af gårdene.
- Der er afholdt opstartsmøde, statusmøde samt evalueringsmøde med mejerierne.
- Der er foretaget værtsevaluering samt en gæsteevaluering. Sidstnævnte blev udført af Epinion.

## **Note 13. At mestre det økologiske håndværk – Økologikongres 2019**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Formålet er at planlægge og gennemføre Økologikongres 2019, for her at skabe et fælles forum med vidensformidling og netværk indenfor det økologiske landbrug og indenfor den økologiske værdikæde fra producent til forbruger. Alt sammen med henblik på at sikre den økologiske primærproduktions konkurrencekraft.

### **Projektets aktiviteter:**

Der blev planlagt og gennemført en to-dages Økologikongres i 2019. Kongressen blev afholdt den 20.-21. november. Kongressen havde 59 forskellige kongresmøder at deltage i og der var et bredt spekter af økologifaglige emner at vælge imellem. Der var 2-4 oplægsholdere og ordstyrere på alle kongresmøder. Projektet har bidraget til rejseomkostninger for nogle af oplægsholderne/ordstyrerne. Materialet fra kongresmøderne blev uploadet på [www.okologi-kongres.dk](http://www.okologi-kongres.dk)

Arbejdsopgaverne og omkostningerne for planlægnings-gruppen er delvis dækket af dette projekt. Desuden er der anvendt ressourcer på at offentliggøre programmet via hjemmeside, facebook og medier. Kongressen havde 1.100 deltagere. 30% af deltagerne var landmænd, hvilket er en forøgelse af deltagende antal landmænd sammenlignet med tidligere kongresser. Projektet er gennemført i et samarbejde mellem Økologisk Landsforening, ICROFS, Biodynamisk jordbrug, Landbrug & Fødevarer samt SEGES.

## **Note 14. Økologer som naturhåndværkere**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Formålet er at gøre de økologiske landmænd til bedre naturhåndværkere og bane vejen for en større og mere fokuseret naturindsats, der bidrager til større troværdighed omkring økologerne som landbrugets naturfrontløbere. Således kan økologer højne naturkvaliteten på deres bedrifter samtidig med en rentabel forretning.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

AP 1: Afprøvning og demonstration Konzeptudvikling: Der er blevet udviklet et færdigt koncept inkluderende instruktion, skabeloner og en informations-værktøjskasse, som Naturtjek-rådgiveren skal bruge til at udføre Naturtjek. Efteruddannelse af 8 landbrugsrådgivere: Der er blevet afholdt et to-dages seminar på Samsø med faglige oplæg og demonstration af Naturtjek-metoden via feltarbejde og udførsel af Naturtjekmetoden- og planen. To af de i alt 20 Naturtjek, som er udarbejdet i dette projekt, blev til som resultat af det gruppearbejde, som rådgiverne udførte på Samsøseminaret. Hver rådgiver har efterfølgende som selvstændig opgave foretaget 2-4 Naturtjek i sit lokalområde, inkluderende forberedelse, landmandsbesøg og opsætning af Naturtjek. De selvstændige Naturtjek er blevet til i tæt faglig sparring med naturspecialister hos SEGES, samt kvalitetssikret inden de er udsendt til landmanden.

## AP 2: Formidlings- og implementeringsindsats:

En vigtig del af formidlingsindsatsen i "Økologer som naturhåndværkere" er sket gennem lokale arrangementer hos værtslandmænd, som har fået lavet Naturtjek. Det har været en del af de nye Naturtjek-rådgiveres uddannelse at afholde erfamøde hos en af deres Naturtjek-landmænd. I 2019 blev der afholdt erfamøde for landmænd i Aabenraa (arrangeret af LHN, med deltagelse af SEGES), i Brande for landmænd (arrangeret af SAGRO), i Brande for Økologirådgivningen Danmark (arrangeret af SAGRO), samt på Samsø for naturrådgivere fra hele landet (arrangeret af SEGES). I medierne har gode historier om landbrugsbedriftens gode naturværdier og effektive tiltag, været med til at sætte fokus på naturindsatsen hos økologerne. Der er bragt en artikel om Naturtjek-uddannelsen i nyhedsbrevet "Økologi Inspiration til jordbruget", og især de små videoer om hhv. "Døde træer" og "3 nemme tiltag som booster naturen" med økologisk svineavler Torben Langer og han rådgiver, har tiltrukket meget opmærksomhed efter de er blevet offentliggjort på Facebook og Twitter.

Gennem en elektronisk test om natur har det desuden været muligt at formidle de gode eksempler fra projektet på sjov måde, som også rammer folk uden for landbrugsverdenen. SEGES Natur har præsenteret projektet på flere kongresser, senest på Økologikongres 2019, hvor også en af de lokale Naturtjek-rådgivere holdt et oplæg om projektet. For at udbrede viden om natur til næste generation af økologer, er der udarbejdet et kursusprogram for Kalø Økologiske Landbrugsskole, som over to kursusdage, dækker naturen i arealtyper, som landmanden forvalter.

Kurset er en blanding af teoretiske oplæg, gruppearbejder og feltture til agerlandets småbiotoper, men også de egentligt beskyttede naturarealer, som mange landmænd også har berøring med. Der har gennem projektets første år været god sparring med relevante aktører inden for den økologiske sektor, bl.a. angående idégenerering i forbindelse med inkorporering af naturhensyn på økologiområdet, samt i forbindelse med RISE. Da man i det økologiske landbrug allerede har en metode til opmåling af diverse bæredygtighedsparametre i RISE, har det været oplagt at bygge ovenpå biodiversitetsparameteren i RISE, som er kommenteret og diskuteret i et notat.

## Note 15. Økologisk produktion af kalkun, and og gås

### Tilskudsmodtager: SEGES

### Hovedformål: Rådgivning

### Projektets formål:

Formålet er at give landmænd et solidt vidensgrundlag for at producere økologisk kalkun, and og gås - dyr der leverer magert, sundt og smagfuldt kød - og opfylder mange forbrugerønsker. Projektet vil generere ny og praktisk viden om, hvordan man kommer i gang med at producere økologiske kalkuner, ænder og gæs.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

Projektets aktiviteter i 2019 er gennemførelsen af de aktiviteter i 2018 projektet, som ikke kunne gennemføres i 2018 og som vi fik bevilget en projektførlængelse til at gennemføre. Det drejer sig om følgende aktiviteter:

1. Vidensindsamling og formidling. Her er gennemført en studietur til Polen med deltagelse i en europæisk konference om bæredygtig fjerkræfodring. Ny viden herfra er beskrevet i FjerkræNyt, som er udsendt til landmænd og rådgivere.
2. Vejledning om opdræt og fodring af økokalkuner Vejledningen er opdateret og udsendt, og dele heraf er beskrevet i Dansk Erhvervsfjerkræ.
3. Nøgle til økologisk ande- og gåseproduktion Der er udformet vejledninger/nøgler som landmænd kan bruge til at komme godt i gang med at producere ænder, gæs og kalkuner.

## Note 16. Økologiske markforsøg til udvikling af økologien

Tilskudsmodtager: SEGES

Hovedformål: Forskning og forsøg

### Projektets formål:

At økologiske landmænd kan forbedre deres produktion på basis af veldokumenteret viden og dermed opnå højere udbytter, mere stabil produktion og indføre nye dyrkningsmetoder. Formålet nås ved at sikre ny dokumenteret viden fra økologiske landsforsøg, som landmanden kan implementere direkte i sin dyrkningspraksis

### Projektets aktiviteter:

Arbejdspakke 1: Næringsstofforsyning til forårssåede afgrøder og rettidig såning

Der er gennemført fem forsøg med delt gødsning i vårsæd. Resultaterne er offentliggjort i Oversigten over Landsforsøg 2019 og i Nordic Field Trial System. Der er lavet en annonce for markvandring i Magasinet Økologi Inspiration til jordbruget og bilag til de enkelte markvandring.

Desuden er der lavet et Facebook opslag med markvandring. Forsøg er fremvist ved markvandring afholdt i Nordjylland d. 1. juli og på Lolland d. 20. juni.

Arbejdspakke 2: Økologisk vinterraps – forbedret næringsforsyning Der er anlagt to forsøg i efteråret 2019.

Arbejdspakke 3: Majs – sikker start af afgrøden

Der er gennemført to forsøg med priming af

majs. Der er gennemført tre forsøg med gødsning. Resultaterne er offentliggjort i Oversigten over Landsforsøg 2019 og i Nordic Field Trial System. Der er lavet en annonce for markvandring i Magasinet Økologi Inspiration til jordbruget og bilag til de enkelte markvandring. Desuden er der lavet et Facebook opslag med markvandring. Forsøg er fremvist ved markvandring afholdt i Sønderjylland d. 19. juni.

Arbejdspakke 4: Ukrudt – biologi og mekanisk renholdelse

Der er gennemført fire forsøg med forskellige ukrudsstrategier i sædskiftet. Resultaterne er offentliggjort i Oversigten over Landsforsøg 2019 og i Nordic Field Trial System. Der er lavet en annonce for markvandring i Magasinet Økologi Inspiration til jordbruget og bilag til de enkelte markvandring. Desuden er der lavet et Facebook opslag med markvandring. Forsøg er fremvist ved markvandring afholdt på Djursland d. 4. juni.

Arbejdspakke 5: Alternativer I kornproduktionen

Der er for etablering af vårsæd om efteråret etableret fire forsøg i efteråret 2019.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Arbejdspakke 6:

Efterafgrøder – etableringssikkerhed Der er gennemført fem forsøg med efterafgrøder etableret i kraftige kornafgrøder. Resultaterne er offentliggjort i Oversigten over Landsforsøg 2019 og i Nordic Field Trial System. Der er lavet en annonce for markvandring i Magasinet Økologi Inspiration til jordbruget og bilag til de enkelte markvandring. Desuden er der lavet et Facebook opslag med markvandring. Forsøg er fremvist ved markvandring afholdt i Vrederup og i Nordjylland. Forsøg er også fremvist til LMO Økotræf i Hammel d. 12. juni.

## **Note 17. Kortlægning af smittepres i økologisk svineproduktion**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at give landmanden et redskab til at fremme sundheden i økologisk svineproduktion – uden brug af medicinsk zink eller antibiotika.

**Projektets aktiviteter:**

Aktiviteter: Ud fra erfaringer fra 2018 blev der i 2019 arbejdet videre med kortlægning af smittetrykket i økologisk svineproduktion. Sygdomsårsager hos grise i dieperioden og to uger efter fravænning blev diagnosticeret, primært ud fra obduktioner og analyse af tarmindehold på disse. Som tiltag blev der valgt at teste et planteekstrakt med bakteriehæmmende effekt. Dette blev givet i foderet både til diegivende søer, pattegrise og grise efter fravænning. Foderet indeholdt også probiotika og andre helseprodukter. Der blev gennemført 5 testhold i alt. Efter hold 2 blev der justeret i råvarevalg til pattegrisefoderet og i det sidste hold blev dosis af planteekstraktet fordoblet. Der er sket en tæt koordinering til andre projekter, herunder også i konventionelt regi, så der indsamles viden og erfaringer fra flest mulige vinkler. Resultatet samles i en kort vejledning til de økologiske svineproducenter. P.g.a. forsinkelse i arbejdet blev vejledningen ikke færdig indenfor den ordinære projektperiode, hvorfor der er søgt projektførlængelse. Vejledningen vil anbefale flere samtidige tiltag, samt at porteføljen af tiltag tilpasses den individuelle bedrift.

## **Note 18. Bælgplanter - i pagt med de underjordiske**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Formålet er, at bælgplanter kan dyrkes forsvarligt i den økologiske produktion samtidig med, at ønsket om hyppigere dyrkning af bælgplanter tilgodeses. Dette opnås gennem øget kendskab til bælgplanternes patogener, så misvækst i afgrøderne undgås og bælgplanternes opbyggende egenskaber i det økologiske sædskifte kan udnyttes optimalt.

**Projektets aktiviteter:**

Del 1: Udvikling af vejledning til landmænd om inddragelse af bælgplanter i sædskiftet på forsvarlig vis. På baggrund af en gennemgang af relevant litteratur fra Danmark, Skandinavien, Europa og Canada vedr. jordbårne sygdomme i bælgplanter er der udarbejdet en vejledning om bælgplanter i sædskiftet. Udover at være baseret på viden fra litteraturen er den også et produkt af viden fra kommunikation om erfaringer hos fagpersoner fra Danmark, Sverige og England.

Del 2: Der er sideløbende med udarbejdelsen af vejledningen blevet noteret, hvilke områder der er mindre eller slet ikke belyst og lavet en kort oversigt over disse emner.

Del 3: På baggrund af plante- og jordprøveanalyser er der udarbejdet en rapport over resultaterne hvori sygdomsrisici ved hestebønnedyrkning belyses. Planteprøveanalyserne er foretaget via SEGES eget laboratorium og jordprøveanalyserne er foretaget via firmaet Agro Plantarum i Sverige.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 19. Forsøgsviden om økologisk kløvergræsproduktion**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Medfinansiering under EU-programmer /Det danske landdistriktsprogram / Erhvervsudviklingsordningen**

**Projektets formål:**

Formålet er, at der sker en fortsat udvikling af den økologiske produktion gennem højere udbytter i økologiske kløvergræsmarker. Der dyrkes kløvergræs på 1/3 af det økologiske areal, og på økologisk kvægbrug dyrkes der kløvergræs på 60-75 pct. af markerne. Målet er også at forbedre sammensætningen af græsarterne, så kløvergræsmarkerne er produktive i flere år.

**Projektets aktiviteter:**

Projektet indeholder forsøg i økologiske kløvergræsmarker. Der blev i 2013 udlagt fire forsøg med forskellig sammensætning af kløvergræsblandinger for at undersøge, hvordan blandinger skal sammensættes for at have en optimal produktion set over 5 brugsår. 2018 var 5. og sidste brugsår og forsøget høstede med fokus på udbytte og kvalitet, hvilket sammen med de foregående års forsøgsresultater giver unik viden om produktionen fra 1. til 5. brugsår. Der er lavet økonomiberegninger på baggrund af forsøgene for at sammenligne forskellige sædskiftestrategier i markerne tæt ved gården, hvor der er behov for arealer til afgræsning

## **Note 20. Græsmælk**

**Tilskudsmodtager: Aarhus Universitet**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Formålet med projektet er at udvikle og dokumentere produktionen af mælk, baseret på en høj andel græs, dels som et differentieret mælkeprodukt, dels som et økologisk system, der kan bidrage til forsyningen af de øvrige sektorer med foder og næringsstoffer.

**Projektets aktiviteter:**

Projektets aktiviteter: Projektet anvender intensive forsøg, gård- og modelstudier samt laboratorieanalyser til at dokumentere effekten af fodring med store mængder græs i forhold til mælkenes sammensætning og teknologiske egenskaber, dyrenes sundhed og produktivitet, bedriftens afgrødeproduktion, økonomi og miljøbelastning, samt det overordnede perspektiv i relation til systemets potentiale i forhold til en forøget og mere afbalanceret produktion af økologiske fødevarer.

### **AP1: Bedriften**

Samarbejdet med de to case-bedrifter er fortsat i 2019. På bedrifterne blev der udarbejdet planer for græsmarksudnyttelse og baseret på en let revideret udgave af 2018 registreringerne, blev der lavet registreringer af køernes foderoptagelse, produktion, tilstand og sundhed og oplysninger om bedriftens markdrift, herunder næringsstoftildeling og udbytter i 2019. Herudover blev der på den ene bedrift iværksat individuelle vejninger af kælvkvier for om muligt at identificere årsagerne til en relativ lav ydelse i første laktation. På den anden bedrift blev der opsat udstyr til registrering af køernes adfærd såvel ude som under afgræsning – projektet vil i 2020 udnytte det til at understøtte analysen af store mængder frisk græs. Der er udarbejdet en årsrapport 2018 for hver bedrift (se hjemmesiden) som giver oplysninger omkring bedrifterne produktion. De foreløbige opgørelser fra 2019 viser et optag af frisk græs på ca. 3000 kg tørstof pr ko ved en kombination af frisk græs på stald og afgræsning, samt et udbytte i græsmarken som er betydeligt højere end i 2018. Der blev, som supplement til projektet, sået fem forskellige græsblandinger i foråret 2018, sponsoreret af DSV frø, med 4 gentagelser, i alt 9 ha med det formål at se nærmere på udvikling i botanisk sammensætning og dyrenes præferencer under afgræsning.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## AP2: Fodringsforsøg

Ved et intensivt fodringforsøg på DKC blev frisk græs sammenlignet med ensilage med henblik på at dokumentere effekten på foderoptagelse, ydelse og metanproduktion. Der var 4 behandlinger, frisk græs på to udviklingstrin, tidligt (beh 1) og sent (beh 2), begge uden tilskud af kraftfoder, beh 3 frisk græs på sent udviklingstrin med kraftfodertilskud og beh 4 græsensilage på samme udviklingstrin med kraftfodertilskud. Forsøget blev gennemført med 16 køer i 4 blokke som overkrydsningsforsøg med 2 perioder hver á 3 uger. Metanmålingerne blev foretaget i respirationskamre. Der blev i mårken registreret tilvækst og botanisk sammensætning og i stalden blev der registreret foderoptagelse, udtaget vom- og fæcesprøver til bestemmelse af foderets fordøjelighed, registreret æde- og drikkeadfærd samt daglig mælkeydelse og –sammensætning, og leveret mælkeprøver til detaljeret analyser af mælkesammensætning i AP3. Forsøget blev planmæssigt igangsat i uge 20 og blev afsluttet i juli 2019. Den planlagte styring af græsarealet med to kvaliteter af græs, 3 og 5 ugers slæt interval, fungerede fint, og der blev opnået de forventede forskelle i græskvalitet og køernes tørstofoptag samt mælkeydelse. De foreløbige resultater fra forsøget blev præsenteret på Økologi kongressen og er på projektets hjemmeside.

## AP3: Mælken

Der blev i 2019 indsamlet 5-6 tankprøver fra de to bedrifter til beskrivelse af variationen i mælken sammensætning over sæsonen. Tidspunkterne for indsamlingen blev fastlagt ud fra forventet niveau og skift i græsmarksfoder således at der kan beskrives en årsprofil som kan knyttes til optaget af græs og græsmarksprodukter på besætningsniveau. Til sammenligning blev der desuden udtaget siloprøver på Thise fra henholdsvis økologisk og konventionel produktion. De indledende analyser af mælken fra 2018 viste bl.a. at fodring udelukkende med græs gav mest omega 3 fedtsyrer (n-3) efterfulgt af høj andel af græsfoeder og at økologisk silo mælk ligger højere end konventionel. For omega 6 fedtsyrer (n-6) har fodring udelukkende med græs lavest indhold mens økologisk og konventionel silomælk ligger ens og højest. Notat med de foreløbige resultater er på hjemmesiden. Herudover viste de foreløbige analyser af mælken fra fodringsforsøget (AP2) de forventede forskelle afhængig af andel og type af græsfoeder på bl.a. urea og fedtsyreprofil.

## AP4: Systemet

Baseret på data fra de to case-bedrifter (AP1) er der lavet de første beregninger omkring driftsøkonomi – med specielt fokus på omkostninger til græsmarksproduktionen. Resultaterne blev præsenteret på økologi kongressen. Til at understøtte implementering af projektets resultater er de indledende scenarieberegninger på omlægning af 2-3 konkrete ejendomme med traditionel økologisk mælkeproduktion til en mere græsbaseret produktion iværksat. Ved projektmøde blev rammerne for det videre arbejde diskuteret, idet system grænser og forudsætninger er særdeles afgørende for udfaldet. Der er udviklet en prototype af en model til at lave analyse af græsbaseret mælkeproduktions potentiale for at understøtte en afbalanceret økologisk udvikling, og de første beregninger er gennemført baseret på data fra sæsonen 2018. De meget afvigende vækstforhold i 2018 betyder dog at resultaterne i sig selv ikke er interessante, med arbejdet med model og data har klarlagt behovet for data og de udfordringer der er i at vurdere produkteffektiviteten i et kompleks system.

## Note 21. GreenPork – Økologisk svinekød produceret med græs-protein

**Tilskudsmodtager: Aarhus Universitet**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

GreenPork vil beskrive kød- og spisekvaliteten af svinekød fra slagtesvin fodret med 0, 5, 10 og 15% græs-protein, og dermed anviser hvordan græs-protein kan indgå som proteinkilde til økologiske slagtesvin med optimal kød- og spisekvalitet



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

Aktiviteter i GreenPork: Kød og spisekvalitetsanalyser

1. Prøveudtagning: 24 timer efter slagtning udtages to muskler (filet og yderlår) fra alle slagtesvin og kødet transporteres til Forskningscenter Foulum til bestemmelse af kød- og spisekvalitetsegenskaber.

2. Kød kvalitets målinger: pH og farve måles på de to muskler, og der udtages prøver til bestemmelse af fedtsyreprofil i kødet, samt oxidation efter lagring i hhv. 2, 5 og 7 dage ved 4°C. Teksturen måles med Warner Bratz-ler Shear force efter modning ved 4°C i hhv. 2 og 7 dage.

3. Spisekvalitetsanalyser: Dele af de to muskler vakuumpakkes og modnes i yderligere 6 dage ved 4°C (i alt 7 dage), hvorefter de anvendes til sensorisk analyse for aroma, smag og mørhed.

Den sensoriske analyse gennemføres af trænet smagspanel på DMRI, Teknologisk Institut, Høje Tåstrup.

4. Dataanalyse: Der gennemføres en statistisk analyse af effekten af forskellige mængder græs-protein i foderet til økologiske slagtesvin på de målte kød- og spisekvalitetsegenskaber beskrevet i aktivitet 2 og 3.

5. Formidling af resultater:

Resultaterne og konklusionerne er blevet vil blive formidlet gennem fagtidsskrifter og på internettet via DCA, og vil kunne præsenteres ved Dansk Økologi Kongres i efteråret 2019. Derudover forventes det, at resultaterne vil blive publiceret i et videnskabeligt peer reviewed tidsskrift.

## Note 22. Udvikling af økologiske mælkeproduktionssystemer med forlænget ko-kalv-samvær i mælkefodringsperioden

Tilskudsmodtager: Aarhus Universitet

Hovedformål: Forskning og forsøg

### Projektets formål:

Projektets hovedformål er at udvikle mælkeproduktionssystemer, hvor kalvene går hos deres mødre i mælkefodringsperioden. Projektet har fire delmål, som hver refererer til en arbejdsopgave.

1) Udtrække essentiel læring gennem analyse af eksisterende malkekvægssystemer med ko-kalv-samvær i Tyskland og Holland.

2) Udvikle realistiske scenarier for ko-kalv-samvær i danske besætninger gennem screening af forskelligartede økologiske malkekvægsbesætninger og teoretiske vurderinger.

3) Gennemføre forsøg som fokuserer på succesfuld tilknytning mellem ko og kalv, virkning af hel- og halvdags ko-kalv kontakt samt metoder til senere skånsom adskillelse af ko og kalv.

4) Udvikle strategier og pasningsrutiner, som sikrer tilknytning mellem ko og kalv, skånsom fravænnings og velfærd for både ko og kalv gennem hele samværsperioden i forskellige malkekvægssystemer.

### Projektets aktiviteter:

Projektet er opdelt i fire arbejdsopgaver, som hver især korresponderer med ovennævnte delmål.

Arbejdsopgave 1: Syntese og analyse af nuværende systemer med ko-kalv-samvær i Tyskland og Holland (2019-2020):

Formålet med AP1 er at opsamle erfaringer med praktiske, produktivitetsmæssige og økonomiske konsekvenser af implementering af ko-kalvsamvær i en bred vifte af mælkeproduktionssystemer i bl.a. Tyskland og Holland. I AP1 har der været studietur til Holland og Tyskland med indsamling af data fra eksisterende ko-kalv-besætninger, hhv. 5 hollandske og 3 tyske besætninger. Denne første studietur er gennemført i samarbejde med projektet 'GrazyDaisy', der har betalt udgifterne for selve studieturen. Herudover er 2 Danske systemer med ko-kalv samvær besøgt og beskrevet. Og endelig har der været en studietur til Skotland hvor endnu 2 gårdsystemer med ko-kalv samvær blev besøgt og beskrevet.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

AP1 skulle efter planen være afsluttet med udgangen af 2019 men der er søg og bevilliget udskydelse af nogle af projektets midler. Dataindsamlingen er stort set gennemført men der mangler en studietur til norske ko-kalv systemer, ligesom analysen og syntesen af disse resultater er udskudt til 2020. Beskrivelserne af systemerne med ko kalv bliver tilgængelig online (f.eks. via Organic Eprint) endvidere er de formidlet på EAAP 2019 og til Den danske Økologi Kongres 2019, samt vil blive beskrevet i paper til Forkongres til IFOAM i efteråret 2020.

Arbejdspakke 2: Forskellige scenarier for implementering af systemer med ko-kalv-samvær i danske økologiske malkekvaesbesætninger (2020):

Formålet med AP2 er at udvikle realistiske scenarier for ko-kalv-samvær i danske besætninger gennem screening af forskelligartede danske økologiske mælkeproduktionsbedrifter samt teoretiske vurderinger og beregninger. Denne AP påbegyndes først i 2020.

Arbejdspakke 3: Forsøg med ko-kalv tilknytning, hel- og halv-dags ko-kalv kontakt og skånsom fravæning i ko-kalv systemer (2019 og 2020):

Formålet med AP3 er at udvikle og teste metoder til

- 1) at styrke tilknytning mellem ko og kalv,
- 2) at holde køer og kalve sammen og
- 3) at reducere stress ved fravæning.

AP3 gennemføres i samarbejde med planlagte aktiviteter i projektet 'GrazyDaisy'.

I AP3 blev der i foråret 2019 gennemført et forsøg med det formål at udvikle metoder til at facilitere isolationsøgning hos kælvende køer på græs. Denne aktivitet blev gennemført i samarbejde med projektet 'GrazyDaisy' på gården Sommerbjerg ved Ejstrupholm. Der blev etableret to forsøgsfolde på ca. 75 x 150 m. I den ene fold var placeret 12 afskærmninger (kælveskjul), jævnt fordelt i folden, mens den anden fold var uden kælveskjul. Der er ensartet adgang til foder, vand og skygge i begge folde. Forsøget blev igangsat 17 juni. Hver anden tirsdag blev der indsat 14 køer i fold med kælveskjul og hver anden tirsdag indsat 14 køer i fold uden kælveskjul. Forsøgskøerne er mindst 6 dage fra forventet kælvning, men så tæt på 6 dage fra forventet kælvning som muligt. Køerne udgår af forsøget efterhånden som de kælder, og køer der ikke kælder indenfor 14 dage udgår af forsøget. Hver fold dækkes af 8 videokameraer, der tillader registrering af detaljeret data for hvor koen kælder, samt placering, positur og adfærd fra 3 timer før kælvning, indtil 3 timer efter kælvning omfattende maternal adfærd og forstyrrelser fra andre køer. Kalvens placering, positur og adfærd registreres 3 timer efter kælvning. 82 køer kælvende i forsøget og det var muligt at registrere adfærd via for 72 køer (36 med skjul og 36 uden skjul). Disse video er nu indsamlet og under editering. Der søges efter en vært for næste sæson, hvor tilknytning og skånsom fravæning skal undersøges

Arbejdspakke 4: Analyse og udvikling af strategier og pasningsrutiner under forskellige danske produktionsforhold (2019 og 2020):

Formålet med AP4 at udvikle vejledninger til valg af ko-kalv-systemer, samt konkrete pasningsanvisninger på et velundersøgt grundlag I AP4 blev der i 2019 indsamlet materiale, dels baseret på interviews i Holland, Norge, Frankrig og Danmark, og dels litteratur, herunder rapporter fra Schweiz, Holland, Sverige og Tyskland om emnet. På baggrund heraf er en dansk rapport med den planlagte titel "Strategier og managementrutiner, som sikrer tilknytning, blid fravæning og velfærd gennem samværsperioden i besætninger med ko-kalv-samvær", under udarbejdelse og de første elementer af en web-baseret pasningsvejledning udarbejdes med billeder, illustrationer, tekst-forklaringer og video-klip, som følger nedenstående disposition:

- 1) Indledning
- 2) Ko og kalv i et naturligt forhold

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

3) Vejledninger til ko-kalv-samvær i følgende typer af systemer: a. Malkestald b. Robot c. Heltids-samvær d. Deltids-samvær e. På græs f. Dybstrøelse g. Sengebåse h. Jævn kævningsfordeling i.

Kælvningssæson

4) Som driftsleder skal du særligt overvåge følgende ...

5) Case-beskrivelser Herved beskrives alle faser af koens og kalvens liv gennem mælkefodringsperioden i forskellige systemer, og med eksempler fra case-beskrivelser.

Rapporten og det første materiale til den web-baserede version blev præsenteret og debatteret ved 3 lejligheder i slutningen af 2019. Råmaterialet til denne vejledning er blevet udarbejdet, men der mangler stadig nogle detaljer i nogle af case-beskrivelserne fra udlandet, samt krydshenvisninger mellem case-beskrivelserne og de specifikke afsnit. Der indgår Rapporten og materialet blev debatteret ved 1) et aftensseminar på Hellevad Vandmølle 25. september 2019, hvor en gruppe på 19 personer på studietur om ko-kalv-systemer debatterede egne indtryk i forhold til de fremlagte fund i casestudierne, 2) et temamøde den 6. oktober i samarbejde mellem ØL og Them Mejeri med deltagelse fra bygningsrådgivere, kvægrådgivere, forskere og landmænd, 3) ved den danske økologikongres den 21. november 2019 i Vingsted-centret, hvor der var en session om ko-kalv samvær med 114 deltagere, og 3) et arbejdsseminar afholdt den 12. december på Forskningscenter Foulum indenfor projektgrupperne GrazyDaiSy og KALVvedKO, hvor de konkrete cases og planer for rapporten blev gennemgået. Dette projekt samarbejder med GrazyDaisy projektet, der finansierer grundforsøget i AP3, men hvor der ikke er lønmidler til de meget vigtige registreringer, der gennemføres i dette projekt. Endvidere har projektpartnere i GrazyDaisy hjulpet med at skaffe kontakt til landmænd i Holland, der praktiserer ko-kalv-samvær (AP1).

## **Note 23. Kortlægning af dansk økologisk mejerimælk - Danmilk**

**Tilskudsmodtager: SEGES**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets hovedformål er at indsamle og udføre en omfattende monitorering af den indvejede økologiske silomælk fra et repræsentativt antal danske mejerier (15 mejerier) og deres forskellige linier over en periode på 2 år, og undersøge hvordan dens sammensætning og specifikke komponenter varierer hen over året. Der tages prøver månedligt.

**Projektets aktiviteter:**

Milepæl 2019 2020

M1: Udvalgelse af mejerier

M2: Indsamling af kernetdata for udvalgte økologiske mejerier

M3: Indsamling af mælkeprøver

M4: Analyser på frisk mælk

M5: Analyser på frossen mælk

M6: Publicering og øvrig vidensspredning

M1: Udført M2: Udført. M3: i gang M4: i gang M5: Ikke i gang endnu M6: i gang

Projektet er i gang som planlagt. Der er ansat en PhD studerende fra 1. april 2019, og prøvetagninger er i fuld gang siden maj/juni 2019. Den største del af forårets aktiviteter i 2019 har omhandlet udarbejdelse af plan for prøvetagning og analyser, herunder kontakt og aftaler med mejerier, som indgår i projektet. Der er gennemført 8 prøvetagningsrunder fra de deltagende mejerier (pr januar 2020), og dette vil pågå over samlet 2 år. Vi har, sammen med mejerierne, udvalgt ca. 30 forskellige linier af mælk, dækkende geografi, produktionsformer, racer mv, og den indvejede silomælk kommer fra 15 individuelle mejerilokaliteter. De analyser, der laves på frisk, rå mælk laves løbende, ligesom den ved modtagelsen også bliver fraktioneret og udportioneret til videre analyser på frosne prøver. Som noget nyt er der indgået aftale med

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Eurofins Milk Testing om at de måler celletal (SCC), differentieret celletal (DSCC) samt kimtal uden beregning, og dermed indgår i projektet.

Løbende plan for analyser på frisk (fuld/skummet) mælk:

- Indsamling af månedlige mælkeprøver fra samarbejdende mejerier o Overordnet sammensætning (Milkoscan) o Celletal, både SCC og DSCC (eksternt analyselaboratorium, Eurofins)
- o Kimtal (eksternt analyselaboratorium, Eurofins)
- o pH
- o Ledningsevne
- o Fedtkuglefordeling

Frossen mælk: Der analyseres desuden en række parametre på frosne mælkeprøver, bl.a. er phytoøstrogener planlagt. Vi har haft en specialestuderende fra Kemisk Institut (Jeanette Würts, 60 ECTS) tilknyttet projektet i 2019, hvor hun har arbejdet med prøveforberedelse af mælk til LC-MS analyse, samt metodeudvikling af disse komponenter.

## **Note 24. Økologi på uddannelser**

**Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer**

**Hovedformål: Afsætningsfremme**

**Projektets formål:**

Formålet med projektet var at øge fokus på økologi blandt elever, studerende og faglærere på landets fødevarerrelaterede uddannelser samt skabe dialog mellem producenter og aftagere, hvilket på sigt skal føre til øget udvikling og afsætning af økologiske varer.

### **Projektets aktiviteter:**

Projektets aktiviteter:

AP1: Økologiske Food Figthers

Gennem en tre-dages tur med teoretiske oplæg og produktionsbesøg blev 12 elever og studerende fra forskellige fødevarerrelaterede uddannelser klædt på med viden om og indsigt i økologiens fortrin. De 12 Økologiske Food Fighters har efterfølgende ageret ambassadører for økologien på deres skoler og lærepladser. Konkret er følgende aktiviteter blevet udført: - Udarbejdelse og strategisk planlægning af tre-dages tur, som præsenterer de Økologiske Food Fighters for relevant viden om økologi og bæredygtighed. - Rekrutteringsindsats for at finde og udvælge årets 12 Økologiske Food Fighters – herunder indsats på Facebook.

- Oplæg og vidensdeling om økologi fødevarerrelaterede uddannelsesinstitutioner.

- Planlægning, afvikling og evaluering af Økologisk Food Fighter-forløb, som præsenterede teoretiske og praktiske elementer af økologien og introducerede til formidlingsdisciplinen

AP2: Brush-up dag

I december blev der samlet 20 tidligere, Økologiske Food Fighters. Disse er nu færdiguddannede og besidder forskellige jobs i fødevarerbranchen – fra slagterjob med kundebetjening til medarbejder i køkkener med indkøbsansvar. På Brush-up-dagen blev de tidligere, Økologiske Food Fighters opdateret med viden om den økologiske produktion og forbrugerindsigter ift. økologisk forbrug. De fik også mulighed for at dyrke hinandens tværfaglighed, hvilket gav grobund for samarbejder på tværs. Konkret er følgende aktiviteter blevet udført: - Rekrutteringsindsats, som førte til 22 tilmeldinger (2 meldte afbud på dagen pga. sygdom) - Planlægning, afvikling og evaluering af brush-up dag - Samling af 20 tidligere, Økologiske Food Fighters, som bliver opdateret med viden om økologi og trends, som de aktivt kan bruge og videreformidle i deres professionelle virke.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

AP3: Fra Greb til Gaffel

40 kokke- og landbrugselever deltog i øko-praktik i hhv. et økologisk køkken og et økologisk landbrug. Her fik de indsigt i hele råvarernes rejse fra jord til bord, samt hvilke udfordringer og muligheder der er ift. at samarbejde på tværs af værdikæden.

Konkret er følgende aktiviteter blevet udført:

- Rekruttering af kokkeelever, landbrugselever og landbrugs- og køkkenværter
- Planlægning, afvikling og evaluering af faglig introdag på Dalum Landbrugsskole.
- Planlægning, afvikling og evaluering af øko-praktik i samarbejde med de deltagende skoler (Hotel- og restaurantskolen, Dalum Landbrugsskole, Asmildkloster Landbrugsskole og Bygholm Landbrugsskole)
- Genoptryk af undervisningsmaterialer
- Strategisk indsats overfor skolerne, som har ført til at de i højere grad tager ejerskab for projektet.
- Fælles presseindsats med de deltagende skoler

## **Note 25. Økoboost til fremtidens landmænd**

**Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer**

**Hovedformål: Uddannelse**

Projektet blev ikke gennemført i 2019.

## **Note 26. Økologi for de mindste – til grundskolens 1-3. Klasse**

**Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer**

**Hovedformål: Uddannelse**

**Projektets formål:**

Formålet med projektet er at give børn i grundskolens yngste klasser viden om, hvad det røde Ø-mærke betyder og hvilken produktionsform, der gemmer sig bag mærket. Ved at udnytte børns naturlige nysgerrighed over for dyr og mad får de en grundlæggende viden om økologi, som de senere kan bygge videre på.

**Projektets aktiviteter:**

Der er produceret et læremiddel som vi samlet set har kaldt Økologiens ABC, der består af følgende delelementer:

Klare og Elias ser på økologi - Fagbog til 1.- 3. klasse på 24 sider.

Trykt Mogens Måge på eventyr i økologien - Fagbog til 1.-3. klasse på 28 sider.

Trykt Huske-øko; Et vendespil med 2x30 brikker i stofpose med påtrykt logo.

Trykt. Materialerne er pakket i kasser med classesæt af materialer.

## **Note 27. Øget produktion af øko-ungtyre af malkekvægsrace (2)**

**Tilskudsmodtager: Center for frilandsdyr**

**Hovedformål: Forskning og forsøg**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at skaffe vidensgrundlag for at kunne øge produktionen af økologiske ungtyre og dermed øge udbuddet af økologisk oksekød. Den samlede indtjening vil blive højere, hvis de økologiske tyrekalve forbliver økologiske. Forbrugerne vil få mere økologisk hakket oksekød og tilmed kan en effektiv økologisk ungtyreproduktion imødekomme ønsket om økologiske fødevarer med lavere klimabelastning pr kg kød.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter:

### AP 1) Produktionssystemer og håndtering af ungtyre

Der er indsamlet erfaringer vedr. hvordan produktionsformen gennemføres i praksis igennem besætningsbesøg på to bedrifter (månedlige besøg), herunder fokus på håndtering af ungtyrene, fodring, adfærd, holdstørrelse, arealet, arbejdstid. I projektet er det valgt at tage på kursus indenfor håndtering af kvæg/arbejdssikkerhed, for at få den nyeste viden med i vejledningen. Forskellige strategier i forhold til afgræsning/fodring og slagtetidspunkt er drøftet med landmænd (bedriftsniveau). Viden fra de to bedrifter er indarbejdet i bl.a. fakta-arkene. Grundlaget til økonomiberegninger samt økonomimodellen udarbejdet i AP 2 er lavet. Praktiske anbefalinger om fodring, produktionssystem og håndtering målrettet landmænd er udbredt via bl.a. artikler, video og fakta-ark beskrevet under AP 3).

### AP 2) Økonomi

Der er lavet beregninger på produktionsøkonomien i en økologisk ungtyreproduktion af malkekvægsrace. Det er valgt at have fokus på økonomiresultater fra besætning 1, som har været en god case-besætning og hvor tilstrækkelige data er indsamlet i AP 1. Der er lavet en økonomi-model som er bedriftsspecifik, hvor landmanden selv skal indtaste egne oplysninger. Med modellen kan landmanden selv estimere, hvornår det er optimalt at slagte sine øko ungtyre af malkekvægsrace bl.a. afhængig af kalvens fødselstidspunkt og fodringsintensitet. Data fra arbejds pakken er ligeledes blevet brugt til 10 forskellige strategier udregnet i projektet "Produktion af øko-ungtyre med lav klimabelastning", finansieret af KAF. Økonomiberegningerne er fremlagt bl.a. ved Kvæggkongressen 2019, Økologikongressen 2019, i fakta-ark og artikler beskrevet i AP 3.

### AP 3) Formidling og implementering

Projektets formidling er målrettet landmænd og formidlet via flere forskellige kanaler fra kongresser, artikler, videoer og nyhedsbreve. På denne måde er viden kommet ud til så mange som muligt med finansieringen i dette projekt.

- Note i Frilands Halvårsrapport (juni 2018).
- Fællesmøde med SEGES ved øko ungtyre-producent med fokus på fodring, slagtestrategi og avl, november 2018, herunder notat til landmand om slagtestrategi/fodring/avl målrettet producenten (november 2018).
- Opslag på SEGES Økologi Facebook-side med landmands strategi til vurdering af slagtevægt. Dette er delt til Økokalkvekampens Facebookside (december 2018).
- Artikel med slagtestrategi/vurdering af slagtevægt på Landbrugsinfo og Landmand.dk "Grundig vurdering af ungtyrene kan give bedre afregning" (december 2018).
- Video med slagtestrategi på SEGES.tv
- Vurdering af slagtevægt og projektet er fremlagt ved Frilands Årsmøde (november 2018, november 2019)
- Artikel om slagtestrategi på øko-ungtyrebedrift i "Økologi – Inspiration til jordbruget": Runde "ballontyre kontra bisonoksetræk" (februar 2019).
- Artikel "Sæsonslagtning kan optimere økonomien på øko-oksekød" (delvist finansieret af ØkoKød) i Økologi – Inspiration til jordbruget (november 2019)
- Video: Praktisk hold af ungtyre (Frilandsdyr.dk)
- Kongresmøde: "Økologisk kød på handyr", Kvæggkongres 2019
- Kongresmøde: "Produktion af økologiske ungtyre", Økologikongres 2019 samt præsentation på stand (bl.a. film på Ipad og uddeling af fakta-ark)
- Afsluttende møde i projektgruppen med præsentation af ungtyrenes adfærd på de to bedrifter (november 2019)
- 4 fakta-ark er lavet omhandlende: 1) Fodring, 2) Produktionssystemer og strategier, 3) Håndtering og 4. Økonomi. Hertil et omslag, som samler denne viden. Omslaget favner også fakta-ark om klima i ungtyreproduktionen finansieret af KAF, således alt viden samles.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

- Regneark med model for optimering af slagtetidspunkt, hvor landmænd på bedriftsniveau kan vælge slagtestrategi ud fra bedriftsspecifikke forudsætninger.
- Nyhedsbreve: Frilands Nyhedsbrev den 16/8 2019 og nyhedsbrev første kvartal 2020. Derudover arbejdes der på, at der udkommer nyheder via Dyrenes Beskyttelse vedr. projektsresultaterne første halvår af 2020.
- Der arbejdes desuden på 3 artikler til Landbrugsinfo (hhv. økonomi, produktionssystemer og fodring), som udkommer første kvartal af 2020. Projektets hjemmeside er opdateret: <https://www.frilands-dyr.dk/2019/03/31/oegget-produktion-af-oeko-ungtyre-af-malkekvaegsrace/>.

## **Note 28. Dyrkningsvejledning for økologiske æbler og pærer**

**Tilskudsmodtager: Foreningen for biodynamisk jordbrug**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Projektets formål er at gøre det lettere for frugtavlere at opnå et godt hektarudbytte i økologiske æbler og pærer og dermed mindske klimabelastningen pr. kg frugt. Når vejledningen bliver fulgt, vil chancen for at opnå et højt og stabilt udbytte af økologiske æbler og pærer øges. Dermed bliver der øget adgang til danske økologiske æbler og pærer i butikkerne, noget forbrugere efterspørger meget.

**Projektets aktiviteter:**

Der er produceret en del af en skriftlig dyrkningsvejledning for økologiske æbler og pærer. Vejledningen består af tekst, fotos og filmklip og er skrevet i et samarbejde mellem konsulenterne Maren Korsgaard (Økologisk VKST) og Hanne Lindhard Pedersen (HortiAdvice). Filmklippene viser alle årets arbejdsprocesser i plantagen. Råfilmene er blevet optaget løbende i hele 2019 i 10 forskellige plantager. 12 af filmene blev færdigredigeret i 2019, mens de resterende 21 filmklip redigeres færdig i 2020. Filmklippene blev optaget af begge konsulenter i 8 økologiske frugtplantager samt på forsøgsarealer på Aarhus universitet og Københavns universitet. Teksten til vejledningen bliver ligeledes færdigredigeret i 2020.

## **Note 29. Klogere på biodynamiske principper og praksis - kurser for landmænd, medarbejdere og konsulenter.**

**Tilskudsmodtager: Foreningen for Biodynamisk Jordbrug**

**Hovedformål: Rådgivning**

**Projektets formål:**

Formålet med projektets aktiviteter er at højne vidensniveauet om de biodynamiske principper og dyrkningsmetoder hos nye biodynamiske landmænd og deres medarbejdere, 'omlæggere' og interesserede økologiske landmænd samt konsulenter med henblik på at øge deres viden, engagement, faglige dygtighed og driftsmæssige robusthed. Det er tale om kursusindhold, der ikke tilbydes andre steder i den økologiske branche

**Projektets aktiviteter:**

Projektet er blevet udsat til at blive gennemført i 2020 pga. af projektleders sygdom. Dette er sket efter aftale med Fonden for økologisk landbrug. Projektleder i 2020 er Klaus Loehr-Petersen

## 2. Særlig pulje: Økologisk Eksportfremme

### Note 1. BioFach – mangfoldig fællesstand med øget kommerciel fokus

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

#### Projektets formål

Formålet med projektet var at etablere en dansk økologisk fællesstand på verdensstørste økologimesse, BioFach, for derigennem at styrke og videreudvikle afsætningen af økologiske fødevarer til nære såvel som nye eksportmarkeder. Fokus for fællesstanden var et kommercielt fokus både før, under og efter messen med henblik på at øge den økologiske afsætning samt inspirere og motivere de internationale beslutningstagere til at udvide deres økologiske sortiment. Fællesstanden blev etableret i samarbejde med netværket Bio Aus Danmark.

#### Projektets aktiviteter

BioFach i Nürnberg blev afholdt i februar 2019, og messen har over 50.000 besøgende. BioFach er et vigtigt sted at promovere økologi og dermed fremme eksporten, såvel som det er et oplagt forum at markedsføre Danmark som økologination. Deltagelse på messen er desuden med til at synliggøre, at virksomheder med økologisk udbud er klar til at eksportere, og giver samtidig beslutningstagere fra afsætningskanalerne i hele verden mulighed for at få et nemt overblik over økologi på ét sted.

Der blev gennemført følgende aktiviteter i projektet:

1. Forberedelse og planlægning af den økologiske fællesstand
2. Dialog med og invitationer til beslutningstagere hos detailkæder og grossister på eksportmarkeder
3. Sparring med udstillere om deres forventninger til messedeltagelsen
4. Opbygning og etablering af fællesstanden i samarbejde med standopbygger
5. Gennemførelse, facilitering og værtskab på den danske fællesstand
6. Øget kommercielt fokus under messen med henblik på at afsætte flere økologiske varer
7. Presseindsats og markedsføring på sociale medier både før, under og efter messen
8. Opfølgning og evaluering med udstillere og internationale beslutningstagere

### Note 2. Organic Export Academy - Øget økologisk eksportpotentiale via kompetencegivende akademi

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

#### Projektets formål

Formålet med projektet er at understøtte, videreudvikle og styrke virksomhedernes eksportkompetencer for derigennem at øge afsætningen af økologiske fødevarer på eksportmarkederne. Mange virksomheder er stadig på et tidligt stadie i deres eksportarbejde og søger derfor fortsat viden, værktøjer, erfaring og inspiration.

#### Projektets aktiviteter

Der er gennemført følgende aktiviteter i projektperioden:

1. Planlægning af program med seminarer og inspirationsture
2. Formidling af program for seminarer og inspirationsture og indhold til virksomheder med økologisk sortiment via nyhedsbreve, annoncer og website
3. Detaljeret planlægning samt afholdelse af de enkelte seminarer og inspirationsture
4. Opfølgning, evaluering og udsendelse af materiale fra seminarer

Følgende fire seminarmoduler (i alt 8 halvdagsseminarer og 2 inspirationsture) blev udbudt under projektet:

1. Øget markedskendskab - økologisk eksport til oplagte nære eksportmarkeder samt nye udvalgte eksportmarkeder.
2. Eksportløft ift. varettagelse af dialog med økologiske eksportkunder på messer eller til kundemøder
3. Øget kendskab til trends og konceptudvikling for økologiske fødevarer på eksportmarkeder
4. Inspirationsture til markeder, der kan være med til at øge trends- og innovationsniveauet og derved eksporten af økologiske fødevarer



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

1. Øget markedskendskab - økologisk eksport til oplagte nære eksportmarkeder samt nye udvalgte eksportmarkeder (4 halvdagsseminarer)

- Seminar om Private Label, oplæg ved Markus Krick, BioZentrale
- Seminar om Amazon, oplæg ved Yara Molthan, E-Tribes og Jens Madsen, Davafoods
- Seminar om bæredygtighed/Tyskland ved Tanja Asmussen, Ambassaden i Berlin
- Seminar om Polen – nye eksportmarkeder ved Nanna Navntoft og Pernille Bundgård, Organic Denmark

2. Eksportløft ift. varetægelse af dialog med økologiske eksportkunder på messer eller til kundemøder (2 halvdagsseminarer)

- Oplæg om eksportløft via private label messe ved Organic Denmark
- Oplæg om international messe forberedelse ved Organic Denmark

3. Øget kendskab til trends og konceptudvikling for økologiske fødevarer på eksportmarkeder (2 halv-dagsseminarer)

- Seminar om online salg og sociale medier ved OTW
- Seminar om fremtidens fødevarer trends og markedstendenser ved Flemming Birch

4. Inspirationsture til markeder, der kan være med til at øge trends- og innovationsniveauet og derved eksporten af økologiske fødevarer

- Inspirationstur til Amsterdam
- Inspirationstur til New York

## Note 3. Fælles eksportfremstød på PLMA 2019

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet var at etablere en 100% økologisk fællestand på PLMA og derigennem fremme afsætningen af økologiske fødevarer til nære og nye eksportmarkeder ved bl.a. at skabe kontakt mellem udstillende virksomheder og internationale beslutningstagere. Dette skete via en målrettet indsats mod de internationale beslutningstagere både før, under og efter messen. Erfaringer fra dette års messe såvel som tidligere års deltagelse viser, at Økologisk Landsforening netop spiller en vigtig rolle i at skabe kontakt mellem beslutningstagere og udstillerne.

### Projektets aktiviteter

PLMA er et stærkt brand og verdensførende private label-messe med knap 15.000 besøgende i 2018. Økologisk Landsforenings deltagelse på messen i 2019 bekræftede, at PLMA er et vigtigt og aktuelt kontaktskabende mødested for virksomheder og internationale beslutningstagere. De besøgende er højtrangerede indkøbere fra verdensførende detailkæder og grossister, og det gør PLMA til en utrolig vigtig afsætningsplatform for økologiske produkter.

Der blev gennemført følgende aktiviteter i projektet:

- I. Forberedelse og planlægning af en 100% økologisk fællesstand med 10 udstillere
- II. Dialog med og invitationer til internationale beslutningstagere hos detailkæder og -grossister
- III. Sparring med udstillerne om deres forventninger til messedeltagelsen
- IV. Etablering af en 100% økologisk fællestand på PLMA 2019
- V. Gennemførelse og værtskab på fællesstanden under messedagene
- VI. Øget kommercielt fokus under messen med henblik på at afsætte flere økologiske fødevarer
- VII. Presseindsats og markedsføring på sociale medier både før, under og efter messen
- VIII. Opfølgning og evaluering med udstillere og internationale beslutningstagere

## Note 4. Branding af verdens førende økologination

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål var at brande Danmark som verdens førende økologination for derigennem at øge afsætningen af økologiske fødevarer på eksisterende og nye eksportmarkeder samt bruge formidling af now-how til at skabe adgang til kommercielle samarbejdspartnere hos detailkæder og grossister samt til medier og meningsdannere på de største eksportmarkeder.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter

Branding af "Verdens førende økologination" omfatter en offensiv kommunikation af de resultater og erfaringer, der er opnået i Danmark i både detailhandlen, foodservice og forbrugerformidlingen samt en direkte formidling af know-how til udenlandske beslutningstagere via præsentationer skræddersyet til deres interesser og vidensbehov. Projektet har bidraget til at øge adgangen til nye internationale beslutningstagere samt fastholde samarbejdet med eksisterende kontakter og de konkrete præsentationer har bidraget til øget afsætning af økologiske fødevarer hos virksomheder.

Der blev gennemført følgende aktiviteter i projektet:

- Præcisering af markeder og specifikke aktører som fokus for brandingfremstød
- Planlægning og udarbejdelse af præsentationer til udvalgte eksportmarkeder og til udvalgte nøgleaktører
- Udarbejdelse af markedsføringsmateriale for "Verdens førende økologination"
- Formidling af præsentationer tilpasset udvalgte eksportmarkeder for udvalgte målgrupper
- PR-indsats og kommunikation via sociale medier

Der er ligeledes givet anvisninger på, hvorledes økologi effektivt kan anvendes til at understøtte de forskellige målsætninger, der er blandt både kommercielle aktører og hos myndigheder.

## Note 5. BioFach – forprojekt til 2020

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med dette projekt var at gennemføre et effektivt, retvisende og grundigt forarbejde for fællesstanden på BioFach i 2020 for således at opnå en succesfuld gennemførelse af messen for udstillerne.

## Projektets aktiviteter

Der blev gennemført følgende aktiviteter i projektet:

- Dialog og forhandling med BioFach-ledelsen i Nürnberg om standareal, placering m.m. I BioFach 2020 flytter den danske fællesstand ind i en ny hal, som forventelig vil være en opkvalificering af placeringen.
- Udarbejdelse og udsendelse af invitation til fællesstanden på BioFach 2020 til virksomheder med økologisk produktion
- Koordinering af tilmeldinger, indsamling af De Minimis og forventningsafklaring med udstillerne
- Forberedelse af kommercielle tiltag målrettet internationale beslutningstagere
- Forhandling og samarbejde med standopbygger om standudstyr, indretning, plantegning, kontrakter m.m.

## Note 6. Deltagelse og markedsføring af økologiske fødevarer på ANUGA 2019 i Köln

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål var at udvikle og fastholde eksporten af økologiske fødevarer til en række nøglemarkeder gennem deltagelse med fællesstand for økologiske fødevareeksportører på verdens største fødevareudstilling ANUGA i Köln. Deltagelse på fællesstand skabte mulighed for adgang til det største marked i Europa for økologi samt til en række andre nøglemarkeder.

## Projektets aktiviteter

Projektet var fokuseret omkring én hovedaktivitet, deltagelse på ANUGA 2019, som er verdens største fødevaremesse og et vigtigt samlingspunkt for hele industrien. Den fælles økologiske stand dannede rammer for en indsats, hvor deltagerne fik et optimalt set-up for at (gen)møde relevante indkøbere og samarbejdspartnere. Standen var et vigtigt udstillingsvindue for de økologiske producenter, og fungerede som fælles platform for en samlet økologisk indsats.

I den økologiske hal har Landbrug & Fødevarer i en række år været synlige med en fælles økologisk stand og gennem tiden opbygget en solid ekspertise i deltagelse med økologiske virksomheder på messen. De besøgende kendte derfor fællesstanden, der med sit åbne og indbydende design var samlingspunkt for dialog

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

om økologisk produktion. Standen var således et vigtigt udstillingsvindue for de økologiske producenter, og fungerede som fælles platform for en samlet økologisk indsats.

Forud for selve messen afholdtes et udstillermøde, hvor gruppen foruden de praktiske detaljer og informationer om set-up'et, blev præsenteret for muligheder på markedet. Her havde virksomhederne også mulighed for at møde to øko-grossister, der præsenterede deres forretningsstrategi og mødte virksomhederne til 1:1 møder. Udstillergruppen var således særdeles godt forberedt til at deltage på messen.

## **Note 7. BioFach Shanghai 2019 – deltagelse på fødevaremesse og markedsføring af økologiske fødevarer**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål var at støtte økologiekporten til Kina gennem tilstedeværelse på Kinas vigtigste messe for økologiske fødevarer, BIOFACH CHINA. Formålet var at uddanne de besøgende i økologiens kvaliteter for således at højne interessen for de økologiske fødevarer gennem information om økologiens produktionsmetoder og kvaliteter.

### **Projektets aktiviteter**

Den primære aktivitet var deltagelse på den økologiske fødevaremesse BIOFACH CHINA i Shanghai fra d. 15. – 17. maj 2019. Den økologiske fællesstand var placeret meget centralt ved indgangen til hallen. Standen var opbygget i et åbent moderne standdesign og indbød de forbipasserende til dialog om kvaliteter, krav og principper i den økologiske produktion. Der blev til de besøgende på standen uddelt kinesisk markedsføringsmateriale om økologi. De enkelte virksomheder præsenterede de besøgende, som var indkøbere, myndigheder og certificeringsbureauer osv. for deres produkter.

Fællesstanden var centralt placeret og adskilte sig fra de øvrige på messen med sit åbne, nordiske design, der tiltrak messens gæster. Standen modtog også anerkendelsen som 'Best Pavilion' og flere af virksomheder tog del i den organiserede 'messe-tour', hvor de var en del af turen og dermed tiltrak yderligere gæster.

For at forberede virksomhederne optimalt, blev dialogen med relevante aktører startet forud for messen. En reception og networking event var arrangeret i samarbejde med Generalkonsulatet i Shanghai. Formålet med eventen var at give virksomhederne mulighed for at møde/genmøde kinesiske aktører fra det kinesiske marked.

## **Note 8. Food service indsats på nærmarkeder – Sverige og Tyskland**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål var at støtte producenterne i deres afsætning af økologiske varer til Tyskland. Dette gjordes ved at skabe afsætningsaktiviteter rettet mod foodservicesektoren på markedet. Gennem seminarer, produktpræsentationer og møder fik eksportører af økologiske fødevarer kontakt til grossister, cateringselskaber og storkøkkener/restauranten på begge markeder. Gennem præsentationer af omlægningscases fra Danmark og Tyskland skabtes opmærksomhed omkring leverandørerne af økologiske fødevarer.

### **Projektets aktiviteter**

Økologi i tysk foodservice er i vækst og det handler om, at være med når det virkelig går løs – og tyskerne ikke selv kan levere i de efterspurgte mængder. "Indtil videre findes der ikke mange økologiske produkter i tysk foodservice. Men jeg har arbejdet mere end 20 år med tysk foodservice og jeg kan spore en stor interesse for økologiske varer. I løbet af de næste 5 år vil tyske grossister efterspørge mange økologiske varer. Derfor er det vigtigt at man holder sig orienteret." Danish Biorganic.

Projektet bestod af tre hovedaktiviteter: (1) fremstød ifm. GV Praxis Trendtage, (2) tyske økoaktører til Danmark og (3) virksomhedsfremstød i Berlin.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

(1) Første fremstød blev afholdt ifm. GV Praxis' årlige Trendtage. GV Praxis er Tysklands førende foodservice magasin og når ud til alle væsentlige aktører i branchen. "GV-Praxis er det vigtigste fagblad indenfor tysk foodservice. Alle beslutningstager i tysk foodservice læser det. Derfor er det også et meget dyrt blad (...) Derfor er det rigtig flot at vi sammen med L&F er præsenteret på 1/1 side." Danish Biorganic om synlighed i GV Praxis.

Udover synlighed på konferencen samt annoncering og faglige artikler om dansk økologi og den danske model, blev dette yderligere forstærket af dansk oplæg på conferenceprogrammet samt networking og produktpræsentation i pauserne. Deltagere på konferencen var absolutte nøgleaktører indenfor den tyske foodservice industri, så de danske deltagere vil også fremadrettet kunne bruge konferencen som referencepunkt i fremtidige aktiviteter på markedet.

(2) I september kom en gruppe tyske foodserviceaktører med interesse for økologi til København. Gruppen bestod af grossister, cateringfirmaer, storkøkkener (både offentlige og private), journalister, myndigheder, der på hver deres måde arbejder med økologi i storkøkkener. Gennem et to-dages intensivt program kom de rundt om alle vinkler på økologi i foodservicesektoren og blev præsenteret for konkrete cases, det forudgående arbejde med branchens aktører, politiske prioriteringer på området, og danske økologiske virksomheder samarbejder med grossister og køkkener. Den samlede vurdering af udbytte for markedsbesøget var 4,7 ud af 5.

(3) Fødevarefremstødet i Berlin var bygget op omkring dialog i hele kæden, fra fødevareproducent, til grossist og cateringselskab og helt ud til de enkelte storkøkkener. Ved at samle branchen forkortedes processen væsentligt og konkrete aftaler blev indgået. Et intensivt program muliggjorde en række indkøbermøder, hvor virksomhederne kunne præsentere produkter og forventningsafstemme.

## **Note 9. Dansk-kinesisk samarbejde om lettere markedsadgang og fordoblet øko-eksport**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektet skal medvirke til at øge den økologiske eksport til i alt 800 mio. kr. til Kina i 2020. Det skal opnås via et forstærket samarbejde med de kinesiske myndigheder for at fuldende processen mod en lettere markedsadgang til gavn for nuværende og nye eksportører. Derudover skal generel økologibranding og videndeling overfor myndigheder, meningsdannere og indkøbere om kontrol og certificering, fødevaresikkerhed, markedstrends/udvikling være med til at nå målet om den øgede økologieksport.

### **Projektets aktiviteter**

1. Afholdelse af seminar for myndighederne, i Beijing/Kina

Der har i foråret og forsommeren været afholdt flere skypemøder med det kinesiske landbrugsministerium og kontrolmyndigheder (SAMR/CNCA/CAIQ) om diverse uafklarede regler og kontrolforhold, som optakt til at danske kontrolmyndigheder skal kunne foretage økologikontrollen på vegne af de kinesiske kontrolmyndigheder. Møderne er gået så godt, at Fødevareminister Mogens Jensen efter et møde med sin kinesiske kollega den 10. september udtalte, at "han forventer at der snart falder en aftale på plads, så Danmark lettere kan eksportere økologi til Kina" (pressemeddelelse fra Miljø- og Fødevareministeriet d. 10. sep. 2019). Ovennævnte opfattelse havde projektleder ligeledes på dette tidspunkt, da vores møder med de kinesiske myndigheder som nævnt var gået godt.

Desværre kommer det primo oktober ud i offentligheden - og også i Kina - at der er fundet væsentlige overtrædelser af økologireglerne hos en kinesiskejet virksomhed i Danmark, som primært eksporterer mælkepulver til Kina (bl.a. FødevareWatch d. 15. oktober 2019). Efterfølgende blev kommunikationen med de kinesiske myndigheder noget "tungere", og bl.a. bliver en planlagt besøg fra de kinesiske kontrolmyndigheder over flere omgang udskudt til senere. Et ligeledes omtalt seminar om økologi i Danmark og Kina - dvs. denne arbejdsplan - bliver ligeledes udskudt til senere uden nærmere fastsat tidspunkt. Det betyder, at selv om der er lavet forberedelse til afholdelse af selve seminaret, så er det ikke blevet afholdt. Hensigten var, at seminaret skulle afholdes i Beijing/Kina, og de i projektet afsatte 'øvrige projektudgifter' til mødeafholdelse, flybilletter samt ophold i Kina er derfor ikke blevet anvendt.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## 2. Kinesiske "feltstudier" i Danmark

En delegation fra de kinesiske kontrolmyndigheder besøgte Danmark d. 27. juni 2019, og i forbindelse hermed blev der afholdt møde om økologikontrol i både Kina og Danmark - samt netværket. Da delegationen skulle videre til andre europæiske lande, og da flere fra delegationen tidligere har besøgt dansk økologiske bedrifter, var det ikke aktuelt at besøge øko-landbrug i denne omgang.

## 3. Branding af økologiske fødevarer i Kina overfor indkøbere og bloggere/meningsdannere

I forbindelse med BioFach China i Shanghai d. 15-17. maj 2019 blev der givet oplæg om økologi på 'the Danish Way' samt om økologiske fødevarer og hvorfor danske forbrugere køber mest økologi i Verden. Der blev ligeledes netværket med kinesiske blogger/meningsdannere og i den forbindelse ligeledes givet interviews til journalister.

Den 28. nov. 2019 deltog projektleder sammen med den danske ambassade i Beijing i 'China International Organic Food Expo' i Zhengzhou, hvor der ligeledes blev holdt oplæg om økologi og økologiske fødevarer. Her blev der ligeledes netværket og holdt møde med kinesiske myndigheder. Selv om der er langt til Zhengzhou for et endagsmøde - hvilket blev bemærket - blev det prioriteret højt efter et efterår med udfordringer, som nævnt under pkt. 1. Det var vigtigt at vise, at vi fra dansk side værdsætter samarbejdet med Kina. Dette var formentlig medvirkende til, at der efterfølgende er aftalt besøg i februar 2020.

Som det fremgår af ovennævnte, så har der i efteråret 2019 været udfordringer med fremskridt mod målet om en lettere markedsadgang og forstærket samarbejde. Det skyldes desværre forhold, som dette projekt ikke har indflydelse på. Men heldigvis er der nu igen velvilje fra kinesisk side til at komme videre i samarbejdet. Det er således aftalt, at de kinesiske myndigheder (CAIQ) kommer på besøg i Danmark ifb. med deres besøg på BioFach Nürnberg, februar 2020. Det er samtidig besluttet at der afholdes et dansk-kinesisk økologiseminar i forbindelse med økologimessen BioFach i Shanghai i maj 2020. Der er ligeledes udarbejdet udkast til en ny samarbejdsaftale mellem Danmark og Kina på økologiområdet, hvori lettere markedsadgang indgår. Planen er, at samarbejdsaftalen skal underskrives i løbet af foråret 2020.

## Note 10. Fremstød i Italien for økologiske fødevarer

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektet havde til formål at øge eksporten af økologiske fødevarer til det italienske marked. Først og fremmest skulle potentielle eksportører informeres om markedsmuligheder og dernæst præsenteres for markedet og de muligheder, der findes i de forskellige varekategorier og endeligt skulle eksportørerne introduceres og præsenteres for indkøberne i de italienske dagligvarekæder

### Projektets aktiviteter

Projektets aktiviteter bestod af følgende arbejdsopgaver:

Præsentation af markedet for potentielle eksportører Forberedelse og planlægning af fremstødet Gennemførelse af fremstødet. Opfølgning på fremstød og gennemførelse af promotion periode i supermarkeds kæden

Kun en del af forberedelserne har kunne gennemføres i 2019. Således har der i samarbejde med VisitDenmark og ambassaden i Rom kunne gennemføres møder med indkøbskontoret hos økologikæden Naturarsi, indkøbere hos detailkæden Esselunga og en event med introduktion af dansk økologi til det italienske marked i Milano overfor presse.

Det har p.g.a. kædernes planer ikke været muligt at gennemføre et egentligt markedsfremstød, men der føres nu en konstruktiv dialog om inspiration til udvikling af det økologiske marked. Det vurderes at det i 2020 vil være muligt at gennemføre konkrete aktiviteter med virksomhedsdeltagelse De kategorier der er mest potentielle for eksport udvælges og dialog indgås med eksportørerne. Der udarbejdes en foreløbig præsentation af markedet for potentielle eksportører Der søges derfor om projektførlængelse for dette projekt.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 11. Food service indsats på nærmarkeder – Sverige og Tyskland**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

Projektet blev ikke gennemført.

## **Note 12. Dansk Økologisk Fællesstand på Internationale Grüne Woche 2019 i Berlin**

**Tilskudsmodtager:** Organic by Nørskov/NewNordica

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

Internationale Grüne Woche (IGW) er verdens største fødevaremesse. IGW er et mix mellem B2B og B2C..

### **Projektets formål**

Formålet var at etablere og gennemføre en økologisk fællesstand på den danske National Pavillon på Internationale Grüne Woche (IGW) 2019 i Berlin. Standarealet var sat til 200 kvm med 25 deltagende virksomheder.

### **Projektets aktiviteter**

Projektet bestod af 3 arbejdsopgaver:

1. Forberedelse til messen.

Der er afholdt individuelle forberedelsesmøder med de deltagende virksomheder. Møderne bestod af fysiske og telefoniske møder, da perioden fra projektstart til messens start d. 18. januar 2019. Virksomhederne fik introduktion til IGW samt den danske økologiske fællesstand. De fik mulighed for at komme med input til fællesstanden, særligt i tilknytning til deres eget område og de tilknyttede omgivelser.

2. Messe gennemførelse af fællesstanden

Der blev gennemført en dansk økologisk fællesstand på den danske National Pavillon. Det økologiske areal udgjorde i alt 200 kvm. Fællesstanden indeholdt præsentationsområde, lager og fælles areal (køkken, vask, kølelager m.m.) Standen var placeret i hal 8.2 sammen med de nordiske og baltiske lande.

3. Opsamling.

Efter messen har vi været i kontakt med udstillerne. Dette primært for at minde dem om at samle op på de kontakter de har fået, desuden for at formidle de kontakter vi centralt har opsamlet. Dette er primært foregået telefonisk, men også i form af fysiske møder.

## **Note 13. Økologisk fællesstand på ANUGA 2019**

**Tilskudsmodtager:** Food from Denmark

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål har været at skabe rammerne for en fortsat vækst af dansk økologisk fødevareeksport med særligt fokus på de økologiske industriproduktioner, som har økologi som en lille niche, så man gør opmærksom på at økologiske produkter kan købes for en attraktiv pris.

### **Projektets aktiviteter**

Projektets hovedaktivitet har været at arrangere en dansk økologisk fællesstand på verdens største fødevaremesse – ANUGA, og den økologiske fællesstand var fysisk placeret ved siden af en anden dansk fællesstand, så der var samlet en stor gruppe af danske virksomheder et sted, hvor virksomhederne kunne udnytte den positive synergi der er forbundet med at være en del af en gruppe – der blev udvekslet viden og erfaringer på tværs af gruppen. Der blev udbredt viden om projektet via pressemeddelelser, via direkte mailkampagner og via LinkedIn.

Virksomhedsgruppen bestod af 9 virksomheder. I samarbejde med virksomhedsgruppen blev de praktiske messeopgaver koordineret. Virksomhederne blev også rådgivet omkring hvordan de skal forberede sig optimalt op til messen. Op til messen blev en række relevante internationale kontakter identificeret og inviteret til at besøge virksomhedsgruppen på messen. Virksomhedsgruppen blev også markedsført på LinkedIn overfor relevante internationale kunder. Under messen udstillede virksomhederne deres produkter, og de afholdt kundemøder på standen.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## **Note 14. International markedsføring af dansk økologi på PLMA Amsterdam 2019**

**Tilskudsmodtager:** Food from Denmark

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål har været at skabe omtalte og fokus omkring de danske økologiske producenter og deres produkter ved at udstille på verdens største private label messe i Amsterdam. På sigt skal virksomhedernes deltagelse i projektet resultere i øget omsætning af dansk økologi på eksportmarkederne.

### **Projektets aktiviteter**

Projektet indeholdt følgende arbejdsopgaver:

#### 1. Markedsføring af projektet overfor alle danske økologiske virksomheder:

Projektet blev markedsført overfor alle danske fødevarer virksomheder med økologisk produktion. Virksomhederne blev kontaktet og de fik tilsendt projektoplæg. Virksomhederne blev også inviteret til et informationsmøde, hvor projektet blev diskuteret og forventningerne blev afstemt. Projektets aktiviteter blev fastlagt og koordineret med gruppen. Fælles markedsføringsmaterialer blev udarbejdet.

#### 2. Markedsføring overfor potentielle kunder:

Via LinkedIn markedsførte vi virksomhedsgruppen overfor et internationalt publikum. Der blev kørt forskellige opslag, som præsenterede virksomhederne og deres produkter, og gjorde opmærksom på den danske økologiske fællesstand. Der blev udarbejdet en virksomhedsbrochure, som blev sendt til udvalgte kontakter og under messen var den tilgængelig på fællesstanden og i messens presserum.

#### 3. Udstilling på messen:

10 danske virksomheder udstillede på den danske økologiske fællesstand, som fysisk var placeret ved siden af den konventionelle danske fællesstand. Virksomhederne kunne udnytte de positive synergier, som var forbundet med at være en del af en fælles gruppe. 38 danske fødevarerproducenter udstillede på den anden danske fællesstand, så der var tilsammen 48 danske fødevarerproducenter placeret ved siden af hinanden. Den økologiske fællesstand havde et specielt design og skilte sig ud fra resten. Det gav god mening at være placeret ved siden af den konventionelle fællesstand.

#### 4. Opfølgning:

Den tredje fase var opfølgningsfasen, hvor virksomhedsgruppen blev kontaktet for at følge op på projektet og de opnåede resultater og for at snakke om der var interesse for et nyt projekt i fremtiden.

## **Note 15. Anuga 2019 Eksport af økologiske produkter rettet mod nye afsætningskanaler, hovedsageligt i Tyskland**

**Tilskudsmodtager:** Producentensammenslutningen BAD (Bio Aus Dänemark)

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Formål: At styrke produktion og afsætning af danske økologiske fødevarer ved at identificere og bearbejde nye afsætningskanaler på eksportmarkederne og give de deltagende virksomheder indsigt i udvalgte marketers forretningskulturer samt løfte deres kompetencer i at bruge denne indsigt aktivt i mødet med kunden.

### **Projektets aktiviteter**

AP I: Eksportseminar

Der blev afholdt et eksportseminar på Skarø d. 19. August 2019 med deltagelse fra 17 repræsentanter fra 12 af de i alt 21 producenter af økologiske fødevarer, som udstillede på Anuga på Bio Aus Dänemark standen. Første del af seminaret foregik på træskonnerten Fionia, som tog delegationen ud til Skarø, og hvor der blev fortalt om eksport af økologiske fødevarer i Tyskland af Malene Aaris, som har ekspertise i distribution af økologiske fødevarer i Tyskland. Herefter landede delegationen hos Is fra Skarø, som har et velegnet lokale på Skarø til afholdelse af seminarer og som viste is-produktionen frem for de deltagende virksomheder. Marianne Danling fra firmaet People+People var hentet til Danmark fra Berlin, hvor hun bor, for at give virksomhederne indsigt i tysk forretningskultur og interkulturelle kompetencer. Resten af seminaret handlede om den forestående messe på Anuga, hvor kravene til virksomhedernes forberedelse blev gennemgået. Seminaret

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

sluttede med, at the Brew Company demonstrerede en nyhed for kollegaerne, en te-cocktail, som skulle være årets nyhed på Anuga og lokke flere kunder til standen.

## AP II: Deltagelse på dansk fællesstand på Anuga 2019

Anuga-messen er verdens største fødevaremesse og et centralt mødested for alle aktører inden for fødevarebranchen. Den fandt sted i Köln d. 5-9 oktober 2019. Bio Aus Danmark havde booket 200 m<sup>2</sup> i hal 5, som er Anuga Organic hallen, ved siden af Bio Sonderschau, som er hallens store trækplaster, et stort supermarked, hvor man har samlet økologiske produkter fra alle de udstillende virksomheder på Anuga, for at give gæsterne en fornemmelse af, hvor dybt og bredt sortimentet er.

## AP III: Kundebesøg i Danmark

Tre repræsentanter fra japanske kunder blev inviteret til Danmark i perioden 14-24 september og vist rundt i Danmark og præsenteret for økologiske fødevareproducenter, der tog dem rundt og inviterede dem til middag og forskellige arrangementer, blandt andet en dansk-japansk festival i Nordjylland og Frederiks Bastion i København. De japanske kunder har kontakter ud i helsekosten, kødbranchen og high-end supermarkeder og to af dem har arbejdet med stor succes for danske økologiske producenter på Foodex i Tokyo, som er en fødevaremesse, der finder sted hvert år. Efterfølgende har de japanske kunder henvendt sig for at hjælpe de danske økologiske fødevareproducenter, som i 2020 skal mødes med kunder på det japanske marked, blandt andet ved deltagelse på Foodex i Tokyo. Det er en stor gevinst for disse virksomheder at være sikker på at mødes med kunder forud for deltagelsen.



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## 3. Særlig pulje: National Afsætningsfremme

### Note 1. Det Økologiske Spisemærke – 10 års jubilæum

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

#### Projektets formål

Formålet er at skabe nye vækst- og markedsmuligheder for landbruget og fødevarevirksomheder gennem en styrkelse af Det Økologiske Spisemærke.

#### Projektets aktiviteter

Indsats 1: Hotline, taskforce og udvikling af best practice målrettet hoteller, restauranter og cafeer Hotline med rådgivning og vejledning om økologisk omlægning og spørgsmål omkring ansøgning af Det Økologiske Spisemærke er gennemført med succes - gennemsnitlig 5-6 henvendelser om ugen hele året igennem.

Projektet har understøttet eksisterende netværksgrupper over hele landet med samlet 14 møder over året. Her har økologi og Det Økologiske Spisemærke spillet en central rolle.

Indsats 2: Udvikling af argumenter og indsigter omkring Det Økologiske Spisemærke målrettet hotel, restaurant og café

På baggrund af samtaler og sparring med hver af de omlagte steder (indsats 1) er der blevet udarbejdet en ny folder, der henvender sig til gæsterne. Folderen er trykt i 6.000 eksemplarer og fordelt mellem restauranterne til brug for deres kommunikation til gæsterne omkring Det Økologiske Spisemærke, folderen er også tilgængelig online både på oekologisk-spisemaerke.dk og okologi.dk.

Indsigter fra ovenstående omlægninger er lagt til grund for nye argumenter overfor branchen og præsenteret ved HORESTAS årssdag den 14. november samt ved temamødet for Det Økologiske Spisemærke den 4. december. Argumenterne er ligeledes tilgængelige online. Til inspiration for den øvrige branche er der udarbejdet best practice beskrivelser, der fortæller om stedernes økologiske "rejse", dette til inspiration for andre til at gå i gang med omlægning. Disse cases er offentliggjort på okologi.dk. Sinaturs rejse blev formidlet på Bornholms Folkemøde med 100 inviterede gæster. Der er blevet indkøbt statuetter med Det Økologiske Spisemærke til uddeling på udvalgte steder, dette for at gøre mærket eksklusivt og synligt overfor kunderne.

Undervejs er barrierer i forhold til hvordan Spisemærket kan rumme forskellige forretningsmodeller blevet identificeret. Således er der indledt samarbejde med Fødevarestyrelsen om beskrivelse af Best Practice, ift. lovgivningen, så det bliver nemmere fremadrettet for cafeer og restauranter at søge det Økologiske Spisemærke.

Indsats 3: Kampagne for Det Økologiske Spisemærke i kantiner

Der er blevet gennemført 20 informations- og smagsdemonstrationer, med fokus på Det Økologiske Spisemærke og dets 10års jubilæum, dette er sket i tæt samarbejde med Fødevarestyrelsen.

- 5 kantiner med over 200 bespisninger pr. stk.
- 5 grossistmesser, Hørkram og Dansk Cater (AB og BC) med 2000 - 5000 besøgende.
- 2 på Madens Folkemøde
- 6 på Folkemødet på Bornholm
- 1 på Netværkskonference på Lundsgaard Gods
- 1 HORESTA årssdag
- 2 DM i Skills for Ernæringsassistenter

Indsats 4: Temamøde, fejringsevents og næste generations forståelse af Det Økologiske Spisemærke Ikke bevilliget

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Note 2 Økologisk Høstmarked 2019

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål er at skabe Danmarks største forbrugerrettede høstevent, der formidler økologi fra jord til bord. Dette opnås ved, at forbrugerne inviteres ud på de økologiske gårde den første weekend i september. Via oplevelser, dialog, involvering og madoplevelser fik de besøgende her en større indsigt i de værdier, der ligger i den økologiske produktionsform.

### Projektets aktiviteter

I alt besøgte 59.700 gæster en af de 84 værter, der havde valgt at invitere indenfor til Økologisk Høstmarked. 79 af værterne var økologiske gårde, og fem var virksomheder. Sidstnævnte har udfyldt De Minimis erklæringer. Ud af de 84 værter var 14 nye værter.

- Som en del af strategien for at tiltrække nye værter til Høstmarkedet blev der indrykket i annonce i avisen "Økologisk Landbrug", ligesom der blev brugt en del tid til personlige rekruttering. Dette var medvirkende til, at 14 nye værter deltog. Høstmarkedet har i flere år arbejdet på at få Bornholm repræsenteret, og i 2019 lykkes det, da fire værter på Bornholm deltog. For at skabe en god kontakt med de nye værter fik de besøg af projektlederen inden Høstmarkedet til en drøftelse af rammer samt sparring. Dette gælder dog ikke de fire værter på Bornholm.
- Projektet har benyttet sig af den eksisterende hjemmeside [www.høstmarked.dk](http://www.høstmarked.dk). For at fremtidssikre sitet og for at sikre optimal brugervenlighed har det været nødvendigt at foretage funktionelle, layoutmæssige og tekniske forbedringer. Alt markedsføringsmateriale har henvist til sitet, hvor danmarkskortet med de individuelle gårdbeskrivelser har været omdrejningspunktet. Netop kortet har været den vigtigste service til forbrugerne, fordi de her kunne få et overblik over, hvilke gårde der var i lokalområdet, og ikke mindst hvilke aktiviteter gæsterne kunne forvente at møde på de enkelte gårde.
- Som en del af markedsføringen har Høstmarkedet været på mælkekartoner fra Arla i en periode på fem uger op til Høstmarkedet. Det har givet mere end 1.1 mio. eksponeringer. Det skal dog siges, at projektet kun har finansieret udvikling af mælkepanelet. Projektet har ikke betalt for indrykning af annoncen, da Arla er en samarbejdspartner i projektet. Ligeledes har projektet haft et samarbejde med Friland, der har betydet, at der også er blevet annonceret for Høstmarkedet i ugerne op til Høstmarkedet på kødpakker i butikkerne fra Friland.
- Rent grundvand var et tema på Høstmarkedet, hvilket betød, at flere af de materialer værterne fik tilsendt, handlede om vores grundvand. Miljøminister Lea Wermelin besøgte et Høstmarked på Bornholm, hvor hun deltog i en paneldebat. Derudover indgik Høstmarkedet et samarbejde med DANVA, hvilket betød, at DANVA fysisk havde formidlere ude på tre gårde samtidig med, at de postede om Høstmarkedet på deres sociale medier. Også foreningen Praktisk Økologi formidlede om rent grundvand på et antal gårde til Høstmarkedet. I samarbejde med projektet "Ren Madglæde" blev der til gårdene udsendt vanddråber med et budskab om, hvor mange liter grundvand man er med til at spare for mødet med sprøjtegifte, hvis man, fx vælger en økologisk kartoffel frem for en konventionel kartoffel. "Vanddråberne" var udstyret med en klemme bagpå, så det var nemt for landmanden at sætte dråber på, fx kassen med kartofler. På den måde kom budskabet helt frem til købsbeslutningen.
- Der blev udviklet og trykt en ny udgave af pixibogen til uddeling blandt de mindste på Høstmarkedet. Titlen var "Pas godt på grundvand og mundvand", og formålet var at formidle sammenhængen mellem økologi og rent grundvand. Også detailhandlen har været interesseret i de små pixibøger. I ugen op til Økologisk Høstmarked blev der uddelt 10.000 stk. fordelt på alle Bilkas varehuse. Sammen med pixibogen blev der også uddelt 10.000 postkort, der inviterede kunderne ud til Økologisk Høstmarked, ligesom der fysisk i butikken hang plakater, der inviterede til Høstmarkedet. Derudover uddelte de samme varehuse også i ugen efter Høstmarkedet 10.000 stk. nye pixibøger blandt deres kunder. Også Føtex valgte at gøre brug af bøgerne, idet de i ugen op til Høstmarkedet uddelte 10.200 pixibøger i deres varehuse. Det betyder, at 30.000 familier er blevet eksponeret for budskabet.
- For at understøtte pixibogen blev der også udleveret en stor plakat om "Rent grundvand" på gårdene til Høstmarkedet. Derudover fik værterne tilbudt A3 markedsføringsplakater og postkort til fordeling i lokalområdet. Til fordeling eller formidling på gården: et hæfte om økologi, en folder, der meget enkelt formidlede, hvordan dyrene lever på en økologisk gård, tatoveringer, flag, diverse træskilte med budskaber,

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

store 70 x 100 skilte, der formidlede forskellen for henholdsvis økologiske og ikke økologiske grise, slagtekyllinger, æglæggende høns og køer, navigeringsskilte til gården, hånddesinfektion og navneskilte. Alle nye værter fik udover ovenstående tilsendt en særlig velkomstpakke med flere materialer herunder, fx store velkomstbannere, formidlingsplakater med de økologiske værdier, idékatalog, hæfter om sikkerheden på gårdene mv.

- Der blev udviklet markedsføringsmaterialer til en elektronisk toolbox, som detailhandlen og andre interessenter kunne gøre brug af. Det resulterede i, at kæderne Lidl, Nemlig.com, Rema 1000, Bilka og Føtex lavede annoncer for Høstmarkedet. Også Danmarks Naturfredning, og nogle af værterne gjorde brug af materialerne til annoncer.
- Der er udført et omfattende pressearbejde, der i alt resulterede i 301 omtaler herunder lokale TV- indslag i TV2 Bornholm, TV2 Lorry, TV2 Fyn, TV Syd og TV Midtvest – på flere af disse kanaler var der flere indslag. Derudover blev Økologisk Høstmarked omtalt i flere radioindslag landet over.
- For at øge synligheden af Økologisk Høstmarked blev der lavet opslag og stories på Økologisk Landsfor- enings sociale medier – Facebook og Instagram. Sammenlagt er de forskellige posts nået ud til 400.815 per- soner organisk via Facebook, Instagram og stories. Derudover har der været betalte annoncer for de delta- gende værter. Tallet for, hvor mange personer annoncerne er nået ud til, er endnu ikke tilgængeligt. Til alle de sociale medier er der taget billeder og optaget små filmklip.
- For at skabe involvering er der inddraget kokke og naturformidlere på udvalgte gårde.
- Der blev oprettet en lukket Facebook-gruppe for værterne. Denne blev brugt til erfaringsudveksling.
- Der blev foretaget såvel en gæste- som en værtsevaluering.

## Note 3 Kompetenceløft af økologiske virksomheder – specielt målrettet SMV'ere

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet er at opkvalificere små- og mellemstore økologiske fødevarer- virksomheder, så de via uddannelse, ny viden og inspiration forbedrer deres muligheder for at blive ligeværdige samarbejdspartnere for detailhandlen, og deres produkter derigennem opnår en varig plads på detail- og onlinehandlens hylder.

### Projektets aktiviteter

Der var i projektet to hovedindsatser:

- Udvikling, planlægning og gennemførelse af uddannelses- og inspirationsdage
- Formidling af resultater og erfaringer fra uddannelses- og inspirationsdage

Udvikling, planlægning og gennemførelse af uddannelses- og inspirationsdage

Den overordnede form og indhold på de enkelte uddannelsesdage blev udviklet, fastlagt og gennemført. Der blev indgået aftaler med indlægholdere om indhold samt lavet aftaler om lokaleleje og forplejning. Der blev udarbejdet og udsendt invitationer til økologiske virksomheder via [www.okologi.dk](http://www.okologi.dk) og LinkedIn. Til hver enkelt uddannelsesdag og workshop blev der udarbejdet undervisnings- og præsentationsmaterialer, som både understøttede aktiviteterne på dagen, men også kunne bruges af deltagerne efterfølgende til at udvikle deres virksomhed med henblik på at øge deres salg af økologiske fødevarer. Efter hver uddannelsesdag er der gennemført en evaluering.

Formidling af resultater og erfaringer fra uddannelses- og inspirationsdage

Projektets viden, erfaringer og læringer er gjort bredt tilgængeligt for hele den økologiske branche via en te- maside på [www.okologi.dk](http://www.okologi.dk), hvor programmer, arbejdsark og erfaringer fra dagene er formidlet til målgrup- pen. Gennem hele projektet er der lavet en PR-indsats i form af pressemeddelelser, opslag på sociale me- dier samt via nyhedsbreve for at tiltrække deltagere og formidle ny og relevant viden.

## Note 4 Mad til bierne 2019

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål var at øge afsætningen af økologiske fødevarer ved at gennemføre indsatser sammen med de økologiske landmænd og forbrugere. Indsatserne har til formål at oplyse forbrugerne om, at økologi er

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

vejen til at skabe bedre levevilkår for bierne og naturen. Forbrugernes valg af økologiske fødevarer kobles således til en fremtidig sikring af en ren natur, som er fri for pesticider og med større biodiversitet.

## Projektets aktiviteter

250 økologiske landmænd modtog hver især blomsterblanding til udsåning på 1.000 m<sup>2</sup> til gavn for biernes fødegrundlag. Interessen var voldsom stor, og der havde været mulighed for at udbrede projektet til langt flere økologiske landmænd. Landmændene modtog vejledning i forhold til etablering af blandingen sammen med frøene. Hver landmandsvært blev bedt om at opsætte vejrbestandigt banner i umiddelbar sammenhæng med arealet med bi-blanding, som forklarede forbipasserende, hvad der var i marken, og at den økologiske landmand har givet en stribe med blomster til de vilde bier, samt at man selv kan støtte en ren og rig natur med mere mad til bierne ved at vælge økologiske fødevarer.

I forbindelse med landmændenes udsåning var der en bred presseindsats, som bl.a. resulterede i TV-klip i TV2 Nyhederne, TV2 Østjylland, radio DR P4 Midt & Vest og en artikel på TV2 Østjyllands hjemmeside forankret hos landmændene og med afsæt i deres store troværdighed.

Projektet deltog også på Naturmødet i Hirtshals 23.-25. maj 2019, hvor økologiske landmandsværter bemandede stand og fortalte om projektet og tiltagene til gavn for bierne og sammenhængen mellem vilde bier og økologi. Der blev holdt oplæg, ligesom børn kunne arbejde med at lave en bolig til bierne af naturmaterialer, som kunne supplere udsåning af bi-blandinger, så der både blev skabt føde og bolig. Det gode ved aktiviteten var, at børnene med deres familier tog tingene med hjem og arbejdede videre med udsåning af frø og opsætning af biernes bolig, og dernæst kunne de følge det hele i månederne frem og huske på, at økologi understøtter de vilde bier.

Projektet producerede en 4 siders artikel med billedemateriale til Praktisk Økologis magasin. Med det som afsæt repræsenterede Praktisk Økologi projektet og sagen på Folkemødet 2019 på Bornholm og på markeder i sommermånederne. De uddelte frø og magasinet og fortalte om sammenhæng mellem vilde bier, økologi, og at valget af fødevarer i butikkerne kan understøtte bierne.

Frø blev også uddelt fra Økologisk Landsforenings platform på en fælles stand med Signatur Hoteller på Folkemødet, så der var to anledninger til at komme i samtale med deltagere på Folkemødet.

## Aktivitet i samarbejde med dagligvarehandelen

I samarbejde med detailhandlen (2 kæder) og 1 online-handel blev der uddelt i alt 70.000 frøpakker til forbrugere. Poserne var trykt med dels reklame for projektet, og hvor pengene til projektet kom fra, men også en såvejledning, en forklaring af, hvorfor det er vigtigt, og at man kan støtte en ren og rig natur med mere mad til bierne ved at købe økologisk. Også her kunne der have været uddelt langt flere. Interessen var overvældende. Det gav også mange henvendelser fra forbrugere til Økologisk Landsforening med dels spørgsmål om, hvor der kunne skaffes frø, dels uddybende spørgsmål om de faglige dele i projektet. Tiltaget blev meget eksponeret i medierne, og kæderne eksponerede det i tilbudsaviserne og i butikkerne med displays, plakater, og i Bilka blev deres maskot Ulven Billie brugt aktivt i uddelingen. Ud over de allerede nævnte oplysninger på frøposerne var der en QR-kode, som gjorde, at interesserede blev ledt ind på hjemmeside med yderligere oplysninger.

Projektet kommunikeres både via projektets hjemmeside <https://okologi.dk/landbrug/projekter/natur/blomstrende-okologi-2019> men især via [www.madtilbierne.dk](http://www.madtilbierne.dk). Der er udarbejdet artikler, pressemeddelelser og indslag er lavet i både TV og radio, ligesom der er arbejdet på Facebook.

## Note 5 De gode fortællinger om økologi og bæredygtighed

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet var at styrke det økologiske salg på kort og længere sigt ved at skabe en stærkere kobling mellem økologi og bæredygtighed hos forbrugere og madprofessionelle.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter

I første og andet kvartal har fokus ligget på at udarbejde budskaber om økologi og bæredygtighed og fremskaffe bagvedliggende dokumentation for disse. I første halvår er der tillige produceret og klippet video om økologi og klima, og presseindsatsen har været centreret om formidling af budskaber om økologi og klima, da der netop var stor mediebevågenhed om dette tema på dette tidspunkt. Her blev økologiske fødevarer ofte fremstillet som et dårligt klimavalg, en af de sejlivede myter om økologi og bæredygtighed, som projektet har bidraget til at bearbejde. På den baggrund blev det besluttet, at formidlingen fra projektet skulle ske under overskriften 'Økologi – en del af løsningen' og med reference til FNs bæredygtigheds mål. En gennemgående grafik er udarbejdet hertil.

Det overordnede budskab om, at økologi er et bæredygtigt valg blev formidlet bredt i 'Drop myterne om økologi', en kronik i Politiken, hvor netværket af de grønne organisationer, Økologisk Landsforening, Danmarks Naturfredningsforening, Dyrenes Beskyttelse og Greenpeace trådte i fælles aktion.

Med dokumentation og budskaber på plads har fokus i tredje og fjerde kvartal ligget på pressearbejde omkring økologi og sult (formuleret positivt i budskabet 'Mad nok til alle') samt økologi og biodiversitet. Videoerne herom er produceret og formidlet i denne periode på web og sociale medier. Videoer er annonceret bredt til mænd og kvinder på +30 år med interesse for økologi og økologisk landbrug. En samling artikler om projektets tre temaer er samlet i web-magasinet 'Gode fortællinger om økologi' med temaet bæredygtighed, som er nytænkt mht. sammenhæng mellem grafik og budskaber med bistand fra bureauet Creative Zoo.

Arbejdet med at planlægge og organisere to økologi-ture i juni 2020 for internationale fødevarer- og landbrugsjournalister blev påbegyndt i andet kvartal og er afsluttet i fjerde kvartal hvad angår beskrivelser og program for to busudflugter samt et engelsksproget materiale om dansk økologi, som nu ligger klar til formidling til de deltagende journalister på konferencen næste år.

I fjerde kvartal er de udarbejdede materialer samlet og præsenteret på web på en særlig underside [www.okologi.dk/baeredygtighed](http://www.okologi.dk/baeredygtighed). En toolbox med ready-to-go materialer er formidlet til økologiske virksomheder og til netværket af grønne organisationer. Undervejs i dette forløb henvendte den første virksomhed sig med ønske om at anvende/dele materiale fra projektet.

## Note 6 Lokal og direkte afsætning – udnyt nye markedsmuligheder gennem viden og kompetenceløft

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet er at øge den lokale og direkte afsætning af økologiske fødevarer ved at give et kompetenceløft til at skabe lokale samarbejder mellem landmænd og producenter for herigennem at styrke deres forudsætninger for at udnytte nye markedsmuligheder.

## Projektets aktiviteter

Der var i projektet to arbejdsplaner:

Arbejdsplan 1 - Nye markedsmuligheder og roller kræver ny viden og værktøjer.

Arbejdsplan 1 var et målrettet kursus- og uddannelsesforløb for økologiske landmænd og mikroproducenter, der afsætter – eller gik med planer om at afsætte - deres produkter direkte og/eller lokalt. Der blev udviklet workshops, hvor der var fokus på kompetenceløft og konkrete værktøjer, som deltagerne kunne arbejde med direkte under og efter workshops. Emnerne var at håndtere rolleskiftet fra landmand til produktudvikler og sælger med særlig fokus på de rammevilkår og krav, der er til økologiske producenter fra markedet og kunderne. Ved deltagelse i aktiviteterne i arbejdsplan 1 fik deltagerne viden og værktøjer, der kan være med til at sikre en større mangfoldighed, højere kvalitet, bredere udbud og større tilgængelighed af lokale økologiske fødevarer – og på lang sigt en større lønsomhed for landmanden og producenten.

Arbejdsplan 2 – Lokale samarbejder – udvikling af nye veje til lokal og direkte afsætning.

I denne arbejdsplan gennemførtes netværksmøder for fire netværksgrupper, som blev dannet i slutningen af 2018 (bemærk oprindelig projektperiode). Netværksgruppernes deltagere ønskede at deltage i et lokalt

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

netværkssamarbejde for bedre at kunne udnytte nye markedsmuligheder. Netværksgrupperne afdækkede med hjælp fra facilitatoren deltagernes egne kompetencer samt afstemte forventninger til og målsætninger for det lokale samarbejde og direkte salg. Dette inkluderede bl.a. etablering af en samarbejdsaftale med beskrivelse af kompetencer, ansvars- og arbejdsfordeling i netværkssamarbejdet – hvilke fælles muligheder og problemstillinger skulle fokuseres på og arbejdes med? Samtidig afklarede og identificerede grupperne med hjælp fra facilitatoren markedsmulighederne og kundegrundlaget for deres fremtidige samarbejde.

CSA-grøntsager fra land til by: Grøntsagsproducenter arbejdede med kompetence-løft indenfor markedsføring, erfarings- og vidensudveksling om CSA (Community Supported Agriculture), markedsføring, kundeanalyser og kommunikation.

Økologisk Vin til private og professionelle kunder: Vinproducenter arbejdede med kompetenceløft indenfor kundepræferencer, kommunikation og markedsføring af nicheprodukter.

Lokale grøntsager til professionelle køkkener: Professionelle kokke og grøntsagsproducenter arbejdede med at øge kompetencer og nedbryde barrierer samt skabe fælles viden og forståelse mellem lokale grøntsagsproducenter og professionelle køkkener. Der blev afdækket barrierer og fordomme og skabt fælles forståelse for præmisserne for en fremtidig samhandel.

Muligheder og barriere for salg af økologisk kød fra mindre producenter. I dette netværk blev der ligeledes afdækket en række barrierer og fordomme samt skabt en fælles forståelse for muligheder for at skabe et større marked for lokalt økologisk kød. Det krævede deltagelse af både landmænd, slagtehus, konsulenter, interesseorganisationer.

## **Note 7 Ambassadører for økologisk grønt i foodservice**

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektet havde til formål var at skabe bånd mellem økologiske producenter af grøntsager og potentielle aftagere i foodservice og derved styrke de økologiske producenters afsætning.

### **Projektets aktiviteter**

Projektets tre arbejdsplaner bidrog på hver deres måde til at fremme afsætning af økologiske grøntsager.

#### **AP1: Søg og erstat**

- Landets tre største grossisthuse blev inviteret til et undervisningsforløb om økologiske grøntsager
- Temaer: Økologi, bæredygtighed, diversitet i sorter, sæsoner, næringsstofferne kredsløb
- Afholdelse af et tre-dags undervisningsforløb med minimum 15 deltagere pr. dag

#### **AP2: Book en mark**

- Udvikling af konceptbeskrivelse og forventningsafstemning mellem producenter og professionelle køkkener
- Afholdelse af Book-en-mark seminar med minimum 30 deltagende repræsentanter fra producent- ledet og fra professionelle køkkener
- Kobling af 3-5 producenter med 3-5 professionelle køkkener
- Hjælp til proces og samarbejde
- Etablering af varige samarbejdsrelationer mellem 3-5 producenter og 3-5 professionelle køkkener

#### **AP4: Guide til økologi og grønt**

- Udvikling af guide med beskrivelse af arter og sorter
- Udvikling af 4 flyers i postkortformat om grøntsagssorter
- Produktion og distribution af guide og flyers til alle projektets interessenter
- Præsentation af projektets resultater på Fødevarer dagen – den store konference for producenter og deres kunder med 400 deltagere

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Note 8 Økologisk ost og iscenesættelse i detail og foodservice

Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer

Hovedformål: Afsætningsfremme

### Projektets formål

### Projektets aktiviteter

AP1: Strategisk indsats overfor beslutningstagere i detail og foodservice

Der er blevet indsamlet markedsdata og analyser, som har skitseret potentialet for øget brug af økologiske oste i dagligvarebutikker og kantiner. Der blev udarbejdet 10 ostebud, som netop viser potentialerne. Disse er blevet foldet ud for detail- og kantineoperatører, som grundlag for at få dem til at deltage i projektet som samarbejdspartnere. Der har ligeledes været afholdt møde med flere mejerier om sortiment og muligheder. Som grundlag for en øget iscenesættelse, blev der udviklet et smagshjul på oste. Dette er et konkret redskab, som de ansatte i dagligvarehandlen og kantinerne – samt beslutningstagere på hovedkontorerne – kan bruge i deres hverdag, når de skal sætte ord på ostenes smage. Ved at iscenesætte ostene gennem øget fokus på smage, vil kantinekunder og supermarkedskunder opleve en øget merværdi af produktet. Smagshjulet blev præsenteret på et work-seminar (jf. AP2) samt på Fødevaredagen, hvor både kantiner og detailhandel deltog på sessioner om ost.

AP2: Forberedelse og afvikling af work-seminarer

Der blev afviklet et work-seminar målrettet kantiner med 22 deltagere. Seminaret bestod både af faglige oplæg som præsenterede økologiens fortrin, oplæg om smag, som bidrag til en øget at iscenesætte af økologiske oste i kantine samt en praktisk del, hvor deltagerne tilberedte søde og salte retter med ost. Efterfølgende blev der afviklet opfølgende besøg hos tre af de deltagende kantiner. Her blev potentialet for at øge brugen af økologisk ost i den enkelte kantine foldet ud. Bilka i Slagelse og MENY Domus Vista har indgået som samarbejdspartnere ift. at øge salget af økologiske oste gennem bedre iscenesættelse. I samarbejdet er der blevet identificeret og præsenteret konkrete potentialer. Derudover er der udviklet og produceret testmateriale til butikkerne. Ligeledes er der afholdt møde med Lidl og der har været dialog med Rema1000.

## Note 9 Fart på økologien i de hurtige måltider

Tilskudsmodtager: Landbrug & Fødevarer

Hovedformål: Afsætningsfremme

### Projektets formål

At øge afsætningen af økologiske fødevarer til take away kæder og til attraktioner, der tilbyder hurtige måltider. Danskerne er vilde med take away, men hvor er økologien?

### Projektets aktiviteter

Missionen var at styrke det økologiske udbud blandt take-away kæder og attraktioner – og dermed styrke de økologiske producenters afsætning. Det er vi lykkedes med i følgende arbejdsplaner:

Arbejdsplan 1 Potentialer for økologiske fødevarer i take away

For at forstå markedet og vurdere potentialet for økologi gik vi dybden med både take-away og attraktioner og kortlagde markedet. Derefter gennemførte vi en repræsentativ befolkningsanalyse med 1.040 respondenter for at undersøge forbrugernes holdning til økologi i de hurtige måltider.

Analysen gav et billede af følgende: - Hvornår der vælges hurtige måltider, - Hvorfor de vælges, - Hvilken rolle økologien spiller, - Hvilke typer hurtige måltider, der foretrækkes generelt, - Hvilke typer hurtige måltider der helst skal være økologiske, - Hvor meget forbrugerne er villige til at betale mere for økologiske varianter, - Hvor tilgængelige de økologiske varianter opleves

Kortlægning og analyse var vigtige af to årsager:

- 1) Det gav os grundlaget til at vælge de samarbejdspartnere indenfor take away og blandt attraktioner, der bedst kunne inspirere resten af markedet og skabe volumen i afsætning.
- 2) Indsigterne fra analysen viste, at forbrugerne gerne vil økologiske hurtige måltider, og at de er villige til at betale mere for økologi. Og det er jo gode nyheder. Men analysen viste samtidig, at kun 2% har nemt ved at finde økologiske varianter. Den viden var vigtig i vores mange møder med take-away kæder og attraktioner.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Vi havde en god fornemmelse af at de hurtige måltider repræsenterer et stort potentiale for de økologiske producenter – og denne fornemmelse blev bakket op af forbrugeranalysen.

## Arbejdspakke 2 Sparringsforløb med take away kæder

Arbejdspakken resulterede i at der blev indledt dialog og startet samarbejde om økologi med Jagger Fast-food, California Kitchen, Hungry Dane, Sticks N Sushi, YOBurger, Gasoline Grill, Wagamama og Le Le. Alle kæderne havde duftet til økologien, men flere havde ikke taget springet endnu. Mens andre havde taget de første spadestik.

## Arbejdspakke 3: "XX Goes organic"

Denne arbejdspakkes indsats resulterede i et samarbejde med to af landets største attraktioner, nemlig Københavns Zoo og Tivoli. De er begge fyrtårn for de danske (og udenlandske) attraktioner. Begge attraktioner sagde ja tak til at tage de økologiske råvarer til sig.

## Arbejdspakke 4: Kommunikationsindsats: Hvorfor er min burger ikke økologisk?

Via en lang række kanaler satte vi fokus på emnet "Hvor er økologien, når jeg køber take away?". Vi allierede os med mikro-influencer/meningsdannere fra fødevarerbranchen og sendte dem ud for at lede efter økologisk take-away. Det resulterede i en række fine post's, som blev skabt på Økologiske Food Fighters facebook side og delt herfra. Formålet var at påvirke forbrugerne til at efterspørge økologien i de hurtige måltider. I samarbejde med Tivoli sendte vi en pressemeddelelse ud som omhandlede både det faktum, at Tivoli "gik økologisk" og samtidig bragte highlights fra arbejdspakke 1 analysen. Pressehistorien blev taget af både fag- og livsstilsmedier. Vi kommunikerede historierne om både analysen, take-away og attraktioner ud til de økologiske producenter samt til dagligvarehandlen, foodservice og forbrugerne.

## Note 10 Mere økologi hos slagterne – indsats hos supermarkeds- og privatslagtere

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Afsætningen af lokale økologiske fødevarer er stigende i detailhandlen, og der er potentiale for mere. Projektets primære formål er derfor øget afsætning af økologisk kød (grise-, okse-/kalve- og fjerkrækød). Øvrige råvarer, som indgår i et måltid, vil også have et mindre fokus, da denne råvaregruppe fylder mere og mere hos slagterne.

### Projektets aktiviteter

Der blev afholdt et workseminar for 25 slagtere og indkøbere i detailhandlen. Der var oprindeligt planlagt to, men der var ikke tilstrækkelig tilslutning til det seminar, der blev udbudt i Jylland. Seminaret indeholdt faglige oplæg om de økologiske principper og værdier, om primærproduktion, om reglerne for håndtering af økologisk kød, om forbrugerens præferencer og hvordan personalet kan medvirke til at inspirere til at handle økologisk kød (udgangspunkt i analyser gennemført af Landbrug & Fødevarer) samt oplæg om fødevareretrends (udgangspunkt i nye analyser gennemført af Landbrug & Fødevarer). Seminaret blev afsluttet med en praktisk masterclass, hvor deltagerne i forbindelse med arbejdet med økologisk kød og udsikringer fik mulighed for at diskutere idéer og forslag til, hvordan de konkret kan gøre mere for det økologiske kødsortiment i deres butik og deres 'mad ud af huset'. Masterclassen har været med til at sikre, at slagterne ved hjælp af en bedre forståelse for og viden om regler og muligheder for håndtering økologisk kød kan fremme afsætningen af økologisk kød. Masterclassen behandlede også brug af øvrige økologiske produkter, så der blev lagt vægt på forståelse for at også tilbehøret til kødet skal være økologisk.

## Note 11 Økologi i store gryder – økologiske køkkenroser

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet var at bidrage til en øget efterspørgsel af økologiske fødevarer i offentlige storkøkkener, ved at fremhæve og anprise de køkkener, der er bedst til at arbejde med økologi.



# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter

Projektets aktiviteter blev gennemført med Landbrug & Fødevarer som projektleder i samarbejde med de tre fagforbund 3F, FOA og Kost og Ernæringsforbundet.

AP1: Planlægning, udvikling og forberedelse samt markedsføring af prisen Økologiske Køkkenroser  
I forbindelse med lancering af prisen i 2019 blev der gennemført en markedsføringsproces omkring prisen og muligheden for indstillinger. Dette førte til 32 indstillinger, som juryen behandlede og heraf nominerede de to køkkener i hver af de fire kategorier; daginstitutioner, plejehjem, store centralkøkkener samt skoler og uddannelser. Efterfølgende var juryen på besøg hos alle otte nominerede og udvalgte herefter en vinder i hver af de fire kategorier. Der blev gennemført presseindsatser i forbindelse med lancering af prisen samt ved offentliggørelsen af de otte nominerede.

AP2: Planlægning og afholdelse af inspirationsseminar for offentlige køkkener på Fødevaredagen  
Under overskrifterne "Økologi og bæredygtighed – er der en konflikt?" og "Flyt adfærd og få økonomi i det grønne" blev deltagere på Fødevaredagen klædt på med viden om økologi og fik tips med hjem til at få mere grønt ind i måltiderne.

AP3: Overrækkelse og kåring af vinderne af Økologiske Køkkenroser på Fødevaredagen  
Der blev afviklet et festligt awardshow på Fødevaredagen, hvor årets fire vindere af Økologiske Køkkenroser blev kåret og hyldet af kollegaer fra fødevarebranchen. I forbindelse med kåringen, blev der vist film fra alle otte nominerede køkkener, hvilket var med til at inspirere de 450 tilskuere fra fødevarebranchen, som overværede awardshowet. I forbindelse med kåringen af vinderne, blev der gennemført en omfattende pressindsats. Filmene fra awardshowene er ligeledes blevet anvendt flittigt på forskellige platforme, bl.a. vinderens egne.

## Note 12 Økologi som middel til vækst, velfærd og bæredygtighed i kommuner og regioner

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet med projektet var at inspirere kommuner og regioner, der endnu ikke arbejder med økologien, til at udvikle en økologisk strategi. Det vil på længere sigt kunne medvirke til at øge efterspørgslen på økologiske råvarer.

## Projektets aktiviteter

Projektet blev gennemført i et samarbejde mellem Landbrug & Fødevarer, Tænk tanken Mandag Morgen og Økologisk Landsforening. De tre aktører supplerede hinanden og kunne derved sikre bred opbakning fra kommuner og regioner, som var projektets målgruppe.

Projektets centrale aktivitet var en heldagskonference med deltagelse af mellem 60-100 offentlige og private aktører. Målet var deltagelse fra minimum 20-30 af kommuner.

Deltagelse af forskellige kommuner var vigtigt for projektet, da netværk på tværs af kommuner kan være afgørende for at sikre at aktørerne kan trække på hinandens erfaringer og lykkes med at skabe en økologisk strategi.

## Note 13 Økologi i Foodservice 2.0

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål var at inspirere professionelle køkkener til at efterspørge økologi og dermed bidrage til en øget afsætning. Projektets omdrejningspunkt var at styrke indsigt, interesse, og dialog mellem økologiske producenter og køkkenprofessionelle.

## Projektets aktiviteter

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

Landbrug & Fødevarer oplevede særdeles positive tilbagemeldinger på de arrangementer, der blev afholdt på Økologi Kongressen i 2017. Den succes blev gentaget i 2019 ved at fastholde og udvikle dialogen mellem økologiske producenter og de aftagende led i foodservice.

## AP1: Økologikongres - afsætningspartnerskaber

Vi udviklede og afholdt følgende sessioner, der alle havde til formål at styrke dialogen på tværs af værdikæden og dermed styrke afsætningen af økologiske fødevarer:

- 1) Fra greb til gaffel: Hvordan kan vi styrke hinandens faglighed og interesse for hinandens fag?
- 2) Økologiske racegrise: Hvad vil køkkenerne have? Smagearrangement med forskellige racer.
- 3) REKO – lokal afsætning: Erfaringer og muligheder. Potentialet for mindre økologiske producenter

## Note 14 Sofari 2019 – Mere øko-gris i indkøbsvognen

**Tilskudsmodtager:** Producentensammenslutningen Fremme af Økologisk Kvalitets Svinekød (FØKS)

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål er at booste den langsigtede efterspørgsel efter økologisk grisekød i detailhandlen ved at give forbrugerne et oplevelsesbaseret indblik i den økologiske griseproduktions kvaliteter (dyrevelfærd, opdrætsforhold, fodring mv.), og økologiens øvrige værdier. Det er med til at give forbrugerne en forståelse for forskellen mellem konventionelt og økologisk produceret grisekød og den tilhørende prisforskel.

### Projektets aktiviteter

Sofari afholdt søndag den 26. maj 2019 med 11 økologiske grisegårde som holdt åbent hus.

#### Arbejdsplan 1: Markedsføring og kommunikation forud for dagen

Sociale medier: Der blev gennemført en bred markedsføringsindsats i en radius på 50-60 km rundt om de medvirkende værtsgårde. På baggrund af mediebildet i foråret 2019 blev der lagt stor vægt på at promovere Sofari på facebook. Der blev lavet 37 opslag på Sofaris facebook, som gav 1.355.000 visninger på Facebook. Endvidere blev der lavet 29 opslag på Sofaris instagram profil. Som content blev der bl.a. lavet film af tre nye værter samt en ny version af Stenager Øko-kød samt mindre tilretninger i øvrige værterfilm. Der blev produceret 5 små film om øko-grisens liv: Mudderbad, kravlegård, under åben himmel, grød, frisk vand samt 2 generiske + 3 emne specifikke film om selve Sofaridagen, og hvad man som gæst kan opleve ved eventet. Endvidere blev der produceret 1 film fra selve Sofaridagen. For at tiltrække opmærksomhed på eventet kørte flere konkurrencer med mindre præmier. Hvert opslag blev boostet – målrettet børnefamilier, kvinder og mænd, der interesserer sig for økologi, bedsteforældresegmentet, målgrupper som formodes at have interesse for økologi og det at komme en tur på lande. Indsatsen blev forstærket af et stærkt samspil med flere af værternes egne facebookprofiler.

www.sofari.dk blev opdateret med værtsbeskrivelser, kort mv. Endvidere fik hjemmesiden et nyt og mere moderne udtryk. Øvrig annoncering: Der blev indrykket annoncer i 43 lokal/regionale aviser i værtsgårdenes opland. Der blev produceret Go-card kort og videoundslag som kørte på cafeer i Københavns området i ugerne op til Sofari som promovering af bustur for københavnere til Sofari-gård på Sjælland. Presse: Der blev udarbejdet individuelle pressemeddelelser for alle værterne samt én generisk, som blev sendt ud forud for Sofaridagen. Pressearbejdet førte til 112 omtaler af Sofari i medierne – på web, print og i radio/tv. Via Friland blev der foretaget af Sofari i REMA 1000 tilbudsavis ligesom Friland leverede labels på økologisk grisekød. Lokal markedsføring: Til markedsføring via værterne selv i deres lokalområder blev der produceret halmballebannere, værtsfoldere samt plakater. Bus og Brunch: Der blev arrangeret gratis bustur fra København til nærmeste Sofari-gård. Forud for busturen kunne deltagerne sammen for egen regning spise brunch på en københavnsk cafe med det økologiske spisemærke i guld. Samarbejde med andre foreninger; Der blev etableret samarbejde med Danmarks Naturfredningsforening og Dyrenes Beskyttelse om promovering af Sofari.

#### Arbejdsplan 2 – Aktiviteter og materialer til Sofari-dagen

De 11 værter viste på deres egen personlige måde deres griseproduktion frem og gav 5000 besøgende en fantastisk oplevelse. Hver gård udleverede informationsmaterialer til de besøgende, der var revideret med

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

nye tal og ny viden om fx dyrevelfærdsmærkerne. Værterne fik støtte til at arrangere aktiviteten "Se og Smag på grisen", hvor de besøgende bl.a. kunne få smagsprøver på økologisk grisekød og købe økologiske produkter med hjem. Værterne fik en række informationsmaterialer, de kunne bruge i formidling af det økologiske griseliv bl.a. en revision af øko-grisens almanak, nye informationsskilte, stå-vendespil og pixibøger til børnene om øko-grisenes liv fortalt i børnehøjde, samt en quiz om øko-grisenes liv til brug i dialog med gæsterne. Der var t-shirts og kasketter med Sofari-logo tilgængeligt for alle medarbejdere og hjælpere på værts-gårdene, så gæsterne kunne identificere, hvem de kunne søge viden hos. Der blev stillet mobile toiletvogne til rådighed til de værter som ønskede det. Alle værter fik en revideret værtsmappe med nyttige information om at holde åbent-hus, ideer til aktiviteter mv. I forhold til situationen omkring Afrikansk Svinepest, blev FØKS smittebeskyttelsesforanstaltninger fra 2018 gennemført igen i 2019 bl.a. med indretning af indgangsluse og en række informationsskilte på flere forskel- lige sprog bl.a. russisk. Der blev indkøbt desinfektions-sprit og overtrækssko til gæsterne for at forhindre eventuel smittespredning.

## Arbejdspakke 3: Projektledelse og møder

Der blev gennemført 3 møder (1 styregruppemøde, hvor årets markedsføringsaktiviteter og materialer til selve dagen blev besluttet, 1 informationsmøde for værter samt 1 evalueringsmøde for værter og styregruppen).

## Note 15 Styrket markedsposition for den økologiske kylling

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer, SEGES

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Projektets formål er at styrke og øge afsætningen af økologiske slagtekyllinger ved at dokumentere og synliggøre overfor danske forbrugere, hvordan økokyllingens velfærd og kødets smagsegenskaber differentierer sig fra de øvrige slagtekyllingetyper.

### Projektets aktiviteter

Arbejdspakke 1: Kortlægning af naturfaglig viden om kyllingens velfærd og spisekvalitet

Der er gennemført litteraturstudier af national såvel international videnskabelig litteratur om 1) kyllingers naturlige adfærd, velfærd og økologiske produktionsforhold og 2) om hvordan adgang til udearealer påvirker kyllingekødets spisekvalitet. Den opnåede viden er formidlet via indlæg på Workshop hos Økologisk Landsforening, Åbent Landbrug, Økologikongres og Sensorisk Workshop. Samt i artikler i Dansk Erhvervsfjerkræ og FjerkræNyt om kyllingens naturlige adfærd. Til brug ved Åbent Landbrug er der udformet pjecer og plancher om kyllingers naturlige adfærd og udeliv, og der er udformet en demonstrations video i udearealet, som er delt på Facebook og LandbrugsInfo. Desuden er ny viden til landmænd om at øge kyllingers brug af udearealet samlet i en brugervenlig manual.

Arbejdspakke 2: De bedste tilberedningsmetoder af økologisk kyllingekød

Der er testet tilberedningsmetoder for konventionelle, fritgående og økologiske kyllinger. Det er mundet ud i en komplet dokumentation på tilberedning af hel kylling i ovn og kyllingebryst på pande. Arbejdspakkens resultater er blevet delt blandt økologiske producenter, slagterier, samt til forbrugere, dagligvarehandlen og foodservice sektoren. Endvidere er den nye viden blevet formidlet til madkundskabslærere i folkeskolen og madskribenter.

Arbejdspakke 3: Test af kyllingetyper og smag

Der eksisterede kun meget lidt viden om smagsmæssige forskelle mellem de tre produktionstyper: økologiske, fritgående og konventionelle. Derfor iværksatte Landbrug & Fødevarer en smagsanalyse med et professionelt sensorisk panel hos DMRI. DMRI's smagsanalyse dokumenterede smag, saftighed og mørhed, og mundede ud i en rapport, der allerede har været nyttig i arbejdet med at formidle den økologiske kyllings spisekvalitetsmæssige egenskaber. Rapporten viste, at de tre typer kyllinger har mange faktorer til fælles, men at den økologiske kylling har mere "bid". Samtidig er der forskelle på smagsnoter. Den økologiske kylling byder på noter af grønt og citrus, hvor den konventionelle er sød med noter af karamel. <https://goderaa-va-rer.dk/nyheder/2019/kylling-kan-du-smage-forskel>

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Arbejdspakke 4: Demonstration af økokyllingens naturlige udeliv

På demonstrationsdagen ønskede vi at formidle til fagfolk såvel som til potentielle forbrugere. For at tiltrække et stort besøgsantal og derved styrke formidlingen på dagen, undersøgte vi først besøgsantallet til åbent hussarrangementer hos kyllingeproducenter og lignende. Vi kunne konstatere at sådanne arrangementer kun kan trække et relativt lavt antal besøgende (10-70 personer). 2 demonstrationsdage ville derfor kunne trække maksimalt ca. 140 besøgende. Derfor undersøgte vi mulighederne for at koble os op på et arrangement med stærke markedsføringskræfter og med stort besøgsgrundlag. Vi valgte at indgå et samarbejde med Åbent Landbrug, da de ofte har et besøgstal på mellem 500-1500 besøgende per landbrug.

## Arbejdspakke 5: Formidling

De fire første arbejdsplaner tilvejebragte ny viden om økologiske kyllinger fra flere vinkler. I sidste arbejdsplan blev den nye viden formidlet til hele værdikæden: Producenter og slagterier, Dagligvarekæder, Foodservice, Sundhedsprofessionelle, Undervisere i madkundskab, Madskribenter/bloggere, Forbrugere

## Note 16 Æd den og red den!

**Tilskudsmodtager:** Randers Regnskov

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### Projektets formål

Formålet var at fremme afsætningen af økologiske fødevarer baseret på bevaringsværdige genetiske ressourcer. Specifikt skulle "Æd den og red den!" udvikle og teste en fælles markedsindsats for 4 økologiske fødevarerproducenter og virksomheder (Aarstiderne, Skovsgaard, Falslevgaard (udgået undervejs), Brænderiet Enghaven). Projektet skulle endvidere genere viden på baggrund af testen og formidle denne viden.

### Projektets aktiviteter

#### Arbejdspakke 1: Udvikling af testprodukter og kommunikation

I arbejdsplan 1 blev der udviklet testprodukter, fælles og individuel kommunikation og strategi for test i markedet. Der blev udviklet en testplan for hver enkelt virksomhed. På tværs af de 3 virksomheder blev der afholdt to workshops, hvor der blev diskuteret kommunikation og markedsføring på tværs af virksomhederne. Der blev udviklet et oplæg for præsentation af konceptet i butikker. Dette blev brugt som udgangspunkt for den konkrete udformning af kommunikationsmaterialer. Af konkrete kommunikationsmaterialer blev der udviklet et fælles logo, bagsidelabels med individuelle historier til i alt 13 produkter, 5 forskellige plakater til indretning af test i butikker, beklædning til fryser, flyer med kernefortælling, lille plakat med kernefortælling, skilte til lanceringsevent.

#### Arbejdspakke 2: Test i markedet

Testen i markedet bestod af to dele. En del, der foregik i virksomhedernes egne salgskanaler og en del, hvor Randers Regnskov bruges som afsæt for afsætning og kommunikation.

I Randers Regnskov blev der i juni afholdt en lanceringsevent for konceptet med blandt andet deltagelse af de involverede virksomheder. Desuden har der i Randers Regnskov igennem testperioden været en "Æd den og red den" afdeling i souvenirbutikken.

På Skovsgaard Gods har der været en ligeledes været en "Æd den og red den" afdeling i gårdbutikken med både egne produkter og produkter fra de andre producenter. Desuden er der påbegyndt en dialog med Dansk Cater, som Skovsgaard Gods har et strategisk partnerskab med, om evt. at gøre "Æd den og red den" til et koncept, der udbydes igennem Dansk Cater. Aarstiderne har igennem testperioden solgt 8 forskellige ærte- og bønnesorter under det fælles koncept fra deres gårdbutik i Humlebæk. Herudover har "Æd den og red den" været iscenesat og kommunikeret ifm. høstmarkedet ved Aarstiderne og ifm. Aarstidernes fællesmiddage. Endelig har Aarstiderne udsendt et nyhedsbrev om "Æd den og red den" i alle deres kasser i en uge i november. Brænderiet Enghaven har testet forskellige spiritus-produkter, herunder et udviklet decideret til "Æd den og red den" i butikkerne Randers Regnskov og på Skovsgaard Gods.

#### Arbejdspakke 3: Vidensindsamling / forbrugerindsigter

Der er gennemført en kvalitativ forbrugsanalyse af konsulentvirksomheden EXTRA/ORDINARY, hvor blandt andet udvalgt kommunikationsmateriale fra testen er præsenteret for 10 udvalgte husholdninger. Analysen

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

blev tilrettelagt så den kunne sige noget om, hvordan relevante målgrupper danner mening omkring budskaber om genetisk biodiversitet. Desuden blev der gennemført en survey og semistrukturerede interviews i samarbejde med AU, hvor der blev samlet op på producent- og virksomhedserfaringer fra testen. På baggrund af den samlede indsamling af erfaringer og indsigter, blev der udviklet et markeds katalog.

Arbejdspakke 4: Vidensspredning – til forretningsnetværket og bredt i økologien

Projektets erfaringer og markeds katalog er blandt præsenteret på økologikongressen ved en stand og ind i et bredere økologisk forretningsnetværk af virksomheder og producenter omkring Randers Regnskov. Derudover har projektet leveret en artikel til "Økologi – Inspiration til jordbruget", der har været bragt en artikel i jordbrug.dk. "Æd den og red den" har løbende været i dialog med fagbladet Økologisk Landbrug og forventer en artikel bragt ultimo 2019 eller primo 2020. Endelig har projektet leveret en artikel til medlemsbladet for Danske Husdyr og præsenteret projektet ved et oplæg i foreningen. Projektet har desuden været formidlet i en række lokale medier, herunder Fyns Amts Avis (forsidehistorie) og Randers Amtsavis. Der har været bragt 2 indslag på P4 om initiativet.

## **Note 17 Økologi på Danmarks største slagteriskole**

**Tilskudsmodtager:** Zealand Business College

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

Projektet har til formål at sikre branchen medarbejdere med indsigt, viden og kompetencer til at håndtere og udvikle det økologiske kødmarked gennem for det ene at udvikle ZBC, Roskilde til delvist økologisk slagteriskole og for det andet at øge afsætningen af økologiske slagtervarer gennem kompetenceudvikling i branchen.

Slagteriskolen i Roskilde (ZBC) er Danmarks største slagteriskole, og skolen har ambitioner om at blive Danmarks første delvist økologiske slagteriskole. Ambitionsniveauet er højt, og potentialet for øget afsætning af økologisk kød er enormt. ZBC's ambitionsniveau er, slagtning, opskæring, undervisning, kantiner og slagterudsalg gøres delvis økologisk.

I projektet vil der ske en udvikling af koncept og handlingsplan, Inspiration til faglærere – udvikling af seminar og kompetenceudvikling af faglærere, Udvikling af koncept for samt etablering af økologisk shop-in-shop i eksisterende slagterbutik – undervisning i håndtering af økologiske varer i butik, Returslagtning - herunder også undervisning af faglærere med henblik på rådgivning af eksisterende og kommende producenter af økologisk kød samt gårdbutik samt Kompetenceudvikling af slagtere – udvikling af efteruddannelsesforløb

## **Note 18 Grøn fremtid i fødevaresektoren: Fremme af økologiske vegetariske produkter**

**Tilskudsmodtager:** Dansk Vegetarisk Forening (DVF)

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

**Projektets formål**

Der er ifølge FN's klimapanel og forskere fra Oxford behov for en kraftig reduktion af kødforbruget. Projektet vil gennem rådgivning af landmænd og fødevareindustri samt påvirkning af detailhandel og forbrugere fremme økologiske vegetariske produkter.

### **Projektets aktiviteter**

- Oprettelse af en rådgivningsfunktion specifikt for økologiske plantebaserede produkter. Til rådgivning af landmænd, fødevareindustri, forskere, iværksættere og detailhandel.
- Forbrugerundersøgelse med fokus på økologipræferencer blandt fleksitarer, vegetarianer og veganere.
- Erhvervsmøder og møder med interessenter indenfor projektets emne for at italesætte efterspørgslen på økologi i udvalget af vegetariske og veganske produkter, samt opfordring til at udvikle økologiske varianter af eksisterende vegetariske produkter og/eller helt konvertere eksisterende produkter og/eller økologisere råvarer anvendt i eksisterende produkter
- Detailhandel: Formidling med statistik og gode argumenter arbejde for, at detailhandlen prioriterer økologiske fødevarer i deres plantebaserede sortiment.
- Bidrag til markedsføring af nye produkter: Udbrede kendskabet til i det vegetariske forbrugersegment via vores forskellige informationskanaler (nyhedsbrev, hjemmeside og Facebook).
- Samarbejde med forskningsmiljøer og netværk

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

- Materiale: udgivelse af en gratis informationspjece om økologipræferencer blandt folk, der spiser fleksitærisk, vegetarisk og vegansk - online og trykt i 3000 eksemplarer.
- Seminarer: Afholdelse af to seminarer for erhvervslivet om den plantebaserede trend og koblingen med økologi. Minimum 30-40 deltagere på hvert seminar. Rundspørge til repræsentanter fra erhvervslivet om deres behov fremover

## **Note 19 Råd til Økologi – fremtidens husholdning**

**Tilskudsmodtager:** Frugtformidlingen

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

At udvikle metoder til open source-events, som formidler økologisk landbrug og husholdning. At øge nye børnefamiliers vidensgrundlag, så deres økologiske præference fastholdes. At fastholde erfarne økologifor- midlere i den økologiske branche ved at vise nye forretningsområder. Alt sammen for at skabe glæde, energi og øget omsætning i økologiske gårdbutikker, detailhandel, butikker, restauranter, cafeér ol.

### **Projektets aktiviteter**

Opsummerende har projektet koncentreret sig om 4 aktiviteter, som alle er gennemførte som beskrevet, med følgende kommentarer:

1) Bogens manuskript er færdigskrevet og afleveret til Forlag. Vi forventer tryk medio 2020. Bogens titel er undervejs ændret til "Glæde ved bordet". Illustrationer til open source, workshops og sociale medier er illustreret af kunstner Sara Stilling.

2) Vi har afholdt 4 workshops i hhv. Nørrebro, Vejle, Århus og Amager.

Vi startede med at indgå samarbejde med 6 gårdbutikker landet over om de planlagte workshops, men på grund af flere omstændigheder viste det sig for vanskeligt for gårdbutikker at rekruttere målgruppen. Vi valgte derfor undervejs i projektet at flytte workshop-locations til steder, hvor målgruppen i forvejen har sin daglige gang; fortrinsvist i daginstitutioner, barselshus og en enkelt café. Vi justerede også på tidspunkt (fra formiddag til eftermiddag/aften), og lagde nogle ekstra i kalenderen, for at have bufferarrangementer. Vi har undervejs i projektet erfaret at det er en svær målgruppe at få kontakt med. Vi har været nødt til at aflyse 4 workshops pga for få tilmeldte (færre end 5 personer). Disse workshops var planlagte i større institutioner (+350 børn) i Herning og på Østerbro, Amager og Frederiksberg, Kbh. Alt i alt har vi iværksat 8 workshops, hvoraf vi har afholdt 4. Det har været meget tidskrævende med rekruttering, og vi har brugt ekstra timer på at dele flyers ud, hænge plakater op, markedsføre på facebook mm, og må sande, at vi nok skulle have indgået et større mediesamarbejde for at lette rekrutteringen.

3) Vi driver den private gruppe Glæde ved bordet på Facebook.

Her deler medlemmerne deres egne oplevelser og tips til mere glæde ved bordet. Frugtformidlingen lægger desuden jævnligt nye illustrationer og tips ud i gruppen. Pr. 20/1 2020 har gruppen 479 medlemmer, og målet var 500, så vi er tilfredse med denne del.

4) Vi har udviklet en open source-drejebog til undervisere med praktiske og didaktiske overvejelser, så alle med lyst og viden til enhver tid kan afholde en workshop i sit lokalsamfund. Vi har desuden udviklet relevant materiale, herunder præsentation til oplæg, invitation til deltagere, pressemeddelelse samt udvalgte slides og madplaner til uddeling til deltagere. Alle illustrationer er tillige tilgængelige og kan bruges frit. Det samlede materiale kan frit downloades på [www.frugtformidlingen.dk/gvb](http://www.frugtformidlingen.dk/gvb). Vi vil i den kommende tid gøre opmærksom på materialet i alle de relevante fora, vi kan komme i kontakt med.

## **Note 20 Økologisk omlægning på efterskoler: Råvarer, drift og tanke**

**Tilskudsmodtager:** Norm IVS

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

### **Projektets formål**

Projektets formål er, via økologiomlægning af køkkener, at skabe et øget forbrug af økologiske rå- varer på efterskoler. Målsætningen er desuden, at omlægningen sker uden en meromkostninger i driften. Projektets produkter er en intervention på 4 efterskoler samt et skriftligt vejledningsmateriale til brug på andre skoler.

# Noter til supplerende oplysninger – Regnskab 2019

## Projektets aktiviteter

### Arbejdspakke 1

Intervention på 4 efterskoler og kompetenceudvikling af køkkenmedarbejdere.

Interventionen har været opbygget efter den i afsøgning beskrevet model, den er dog løbende blevet tilpasset så den passer til året på en efterskole. Arbejdspakke 1 er afsluttet i 2018.

### Arbejdspakke 2.

Erfaringsindsamling til af vidensdeling og Opskrifter og tekst til omlægningsværktøj. Udvikling af omlægningsværktøj Distribuerings af viden og omlægningsværktøj.

## Note 20 Omlægningstjek til private professionelle spisesteder

**Tilskudsmodtager:** Fonden Københavns Madhus

**Hovedformål:** Afsætningsfremme

Fonden Københavns Madhus gik konkurs.

## 4. Særlig pulje: Viden & Kompetencer

### Note 1. Omlægningstjek – viden og kompetencer indenfor økologisk landbrugsproduktion

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer, SEGES

**Hovedformål:** Rådgivning

I projektet er der gennemført omlægningstjek og fastholdelses-/udviklingstjek. Derudover er der afholdt informationsmøder og netværksaktiviteter for gruppen af nye økologiske landmænd. Forskellige emner har været behandlet på de 12 informations- og netværksmøder, der har været afholdt rundt i hele Danmark i løbet af 2019. Plantefaglige emner og markedssituationen har især været populære emner ved møderne. Der er udarbejdet et fakta-ark, som er tilgængeligt online, og er anvendt af de lokale økologirådgivere, samt ved kongresser og møder i 2019.

Omlægningstjek er rettet mod konventionelle landmænd, som overvejer at omlægge til økologi. Et omlægningstjek kan bidrage med et grundlag for at træffe en beslutning om evt. omlægning til økologi. Fastholdelses-/udviklingstjek er rettet mod nuværende økologer og skal medvirke til, at de økologiske landmænd optimerer bedriften i stedet for at tilbagelægge til konventionel drift.

### Note 2. Bæredygtighedstjek for nyomlagte bedrifter

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer, SEGES

**Hovedformål:** Rådgivning

I projektet er der gennemført bæredygtighedstjek.

Et bæredygtighedstjek har til hensigt at forbedre de økologiske bedrifters præstation inden for klima, energi, biodiversitet, næringstoffer, jord, arbejdsforhold mv. Tjekket skal sikre, at økologer fastholder udviklingsretningen, og at økologien udvikles. Målgruppen er bedrifter, som har været færdigomlagte i mindst et år, men maksimalt har været omlagt i to år.

### Note 3. Omlægningstjek 2019

**Tilskudsmodtager:** Økologisk Landsforening

**Hovedformål:** Rådgivning

I projektet er der gennemført omlægningstjek.

Omlægningstjek er rettet mod konventionelle landmænd, som overvejer at omlægge til økologi. Et omlægningstjek kan bidrage med et grundlag for at træffe en beslutning om evt. omlægning til økologi.

### Note 4. Økologiske omlægningstjek af SMV'er – slagter og bager

**Tilskudsmodtager:** Landbrug & Fødevarer

**Hovedformål:** Rådgivning

Projektets aktiviteter bestod i en dybdegående markedsanalyse, som blev præsenteret for deltagende bagere og slagtere, samt 10 gennemførte økologiske omlægningstjek. Omlægningstjekene gav en 360 graders analyse og køreplan for den enkelte virksomhed, som efter tjekket kunne vælge at lægge om til økologi på baggrund af anbefalingerne fra projektet.

### Note 5. Biodynamiske omlægnings-, fastholdelses- og bæredygtighedstjek

**Tilskudsmodtager:** Foreningen for Biodynamisk Jordbrug

**Hovedformål:** Rådgivning

I projektet er der gennemført omlægningstjek, fastholdelses-/udviklingstjek og bæredygtighedstjek.

Omlægningstjek er rettet mod konventionelle landmænd, som overvejer at omlægge til økologi. Et omlægningstjek kan bidrage med et grundlag for at træffe en beslutning om evt. omlægning til økologi.

Fastholdelsestjek er rettet mod nuværende økologer og skal medvirke til, at de økologiske landmænd optimerer bedriften i stedet for at tilbagelægge til konventionel drift.



## Noter til supplerende oplysninger – Regnskab2019

Et bæredygtighedstjek har til hensigt at forbedre de økologiske bedrifters præstation inden for klima, energi, biodiversitet, nærringstoffer, jord, arbejdsforhold mv. Tjekket skal sikre, at økologer fastholder udviklingsretningen, og at økologien udvikles.

# PENNEO

Underskrifterne i dette dokument er juridisk bindende. Dokumentet er underskrevet via Penneo™ sikker digital underskrift. Underskrivernes identiteter er blevet registreret, og informationerne er listet herunder.

“Med min underskrift bekræfter jeg indholdet og alle datoer i dette dokument.”

**Hanne Elkjær**

Underskriver

Serienummer: CVR:25529529-RID:19338412

IP: 130.227.xxx.xxx

2020-06-29 07:26:58Z

NEM ID 

**Jørgen Eriksen**

Underskriver

Serienummer: PID:9208-2002-2-153933149112

IP: 130.225.xxx.xxx

2020-06-29 07:31:10Z

NEM ID 

**Per Kølster**

Underskriver

Serienummer: PID:9208-2002-2-715835962799

IP: 87.59.xxx.xxx

2020-06-29 07:47:07Z

NEM ID 

**Jesper Lund-Larsen**

Underskriver

Serienummer: PID:9208-2002-2-811340959974

IP: 212.130.xxx.xxx

2020-06-29 08:10:14Z

NEM ID 

**Vibeke Langer**

Underskriver

Serienummer: PID:9208-2002-2-776048766477

IP: 130.225.xxx.xxx

2020-06-29 09:03:35Z

NEM ID 

**Lis Roborg**

Underskriver

Serienummer: PID:9208-2002-2-528975321810

IP: 188.228.xxx.xxx

2020-06-29 09:33:21Z

NEM ID 

**Uffe Bie**

Underskriver

Serienummer: PID:9208-2002-2-601595348893

IP: 188.228.xxx.xxx

2020-06-29 10:22:05Z

NEM ID 

**Mads Jørgen Feldborg Helms**

Underskriver

Serienummer: PID:9208-2002-2-649364419563

IP: 188.228.xxx.xxx

2020-06-29 16:10:29Z

NEM ID 

Penneo dokumentnøgle: S8M75-11AMD-ISHKY-T8HWP-EQN5J-2N7UG

Dette dokument er underskrevet digitalt via **Penneo.com**. Signeringsbeviserne i dokumentet er sikret og valideret ved anvendelse af den matematiske hashværdi af det originale dokument. Dokumentet er låst for ændringer og tidsstempelt med et certifikat fra en betroet tredjepart. Alle kryptografiske signeringsbeviser er indlejret i denne PDF, i tilfælde af de skal anvendes til validering i fremtiden.

#### Sådan kan du sikre, at dokumentet er originalt

Dette dokument er beskyttet med et Adobe CDS certifikat. Når du åbner dokumentet

i Adobe Reader, kan du se, at dokumentet er certificeret af **Penneo e-signature service** <penneo@penneo.com>. Dette er din garanti for, at indholdet af dokumentet er uændret.

Du har mulighed for at efterprøve de kryptografiske signeringsbeviser indlejret i dokumentet ved at anvende Penneos validator på følgende websted: <https://penneo.com/validate>

# PENNEO

Underskrifterne i dette dokument er juridisk bindende. Dokumentet er underskrevet via Penneo™ sikker digital underskrift. Underskrivernes identiteter er blevet registreret, og informationerne er listet herunder.

“Med min underskrift bekræfter jeg indholdet og alle datoer i dette dokument.”

**Jens Otto Rasmussen**

**Underskriver**

Serienummer: PID:9208-2002-2-284915204178

IP: 62.44.xxx.xxx

2020-06-29 19:39:09Z

NEM ID 

**Camilla Udsen**

**Underskriver**

Serienummer: PID:9208-2002-2-378459640059

IP: 213.32.xxx.xxx

2020-06-30 06:30:07Z

NEM ID 

**Poul Johannes Pedersen**

**Underskriver**

Serienummer: PID:9208-2002-2-891647550772

IP: 217.198.xxx.xxx

2020-06-30 07:02:05Z

NEM ID 

**Thomas Helle**

**Underskriver**

Serienummer: PID:9208-2002-2-370978495490

IP: 212.112.xxx.xxx

2020-06-30 09:32:11Z

NEM ID 

**Hans Erik Jørgensen**

**Underskriver**

Serienummer: PID:9208-2002-2-828733985980

IP: 85.191.xxx.xxx

2020-06-30 09:52:11Z

NEM ID 

**John Hauschildt Ladekarl**

**Underskriver**

Serienummer: PID:9208-2002-2-251856287915

IP: 83.151.xxx.xxx

2020-06-30 13:16:48Z

NEM ID 

Penneo dokumentnøgle: S8M75-11AMD-ISHKY-T8HWP-EQN5J-2N7UG

Dette dokument er underskrevet digitalt via **Penneo.com**. Signeringsbeviserne i dokumentet er sikret og valideret ved anvendelse af den matematiske hashværdi af det originale dokument. Dokumentet er låst for ændringer og tidsstempet med et certifikat fra en betroet tredjepart. Alle kryptografiske signeringsbeviser er indlejret i denne PDF, i tilfælde af de skal anvendes til validering i fremtiden.

#### Sådan kan du sikre, at dokumentet er originalt

Dette dokument er beskyttet med et Adobe CDS certifikat. Når du åbner dokumentet

i Adobe Reader, kan du se, at dokumentet er certificeret af **Penneo e-signature service** <penneo@penneo.com>. Dette er din garanti for, at indholdet af dokumentet er uændret.

Du har mulighed for at efterprøve de kryptografiske signeringsbeviser indlejret i dokumentet ved at anvende Penneos validator på følgende websted: <https://penneo.com/validate>