

Økologi-organisationerne og dansk økologipolitik

Af Carsten Daugbjerg, professor og Yonatan Schwartzman, ph.d.-stipendiat, Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet



Økologiorganisationerne spiller en central rolle i dansk økologipolitik og uden deres aktive medvirken kunne den vanskeligt gennemføres.

En omfattende forskning gennem årtier viser, at interesseorganisationerne ofte er et dybt involveret i den politiske process omkring løsningen af de politiske problemer, der berører dem. Interesseorganisationerne sidder inde med en betydelig viden om de problematikker, der søges løst ad politisk vej. Derfor vil de ofte blive taget med på råd om, hvordan en nærmere bestemt problematik løses, og i mange tilfælde deltage mere eller mindre direkte i iværksættelsen af de politiske tiltag, der rettes mod problemet. Dansk økologipolitik er et eksempel på, hvordan økologiorganisationerne har medvirket aktivt i iværksættelsen af en række politiske tiltag, der har til formål at øge salget af økologiske fødevarer.

Dansk økologipolitiks arkitektur

I en international sammenligning fremstår dansk økologipolitik som værende ganske succesfuld. Den har medvirket til, at forbruget af økologiske fødevarer er væsentlig højere i Danmark end i de fleste andre europæiske lande.

Dansk økologipolitik består af en bred og balanceret vifte af politikinstrumenter rettet mod både udbuds- og efterspørgselsiden på det økologiske marked. Økologiloven fra 1987 bestod således af en tilskudsordning for omlægning til økologisk landbrugsproduktion samt

støtte til produktudvikling, markedsudvikling og afsætningsfremme. Desuden blev kontrollen med den økologiske landbrugsproduktion, der frem til 1989 havde ligget i hænderne på LØJ, overtaget af staten, og der introduceredes et statsligt kontrol- og varemærke for økologiske produkter.

Allerede fra økologilovens ikrafttræden var der således et stærkt fokus på efterspørgselsrelaterede politiktiltag. Denne grundlæggende model for dansk økologipolitik er stadig gældende, selv om der over tid er sket betydelige justeringer af omlægningstilskud og økologitilskud.

De statslige midlerne afsat til efterspørgselsrettede foranstaltninger har gennem tiden været ganske betydelige. Langt hovedparten af midlerne var statslige, men fra slutningen af 1990'erne og især efter 2001 kom en stadig større del af midlerne fra Promilleafgiftfonden og Fonden for økologisk jordbrug, hvis indtægtsgrundlag er pesticid- og CO₂-afgifter.

Økologiorganisationerne og økologipolitikken

Det er specielt i forbindelse med iværksættelsen af efterspørgselsrettede foranstaltninger, at de danske økologiorganisationer har fået en betydelig rolle og medvirket til, at den danske økologipolitik har været succesfuld.

Efter dannelsen af Økologisk Landscenter (ØLC) i 1992 blev de økologiske organisationer for alvor involveret i implementeringen af økologipolitikken. Den grundlæggende ide med ØLC var, at det skulle fungere som bindeled mellem de økologiske landmænd på den ene side og detailhandelen og forbrugerne på den anden. ØLC udførte butik-

demonstrationer, høstmarkeder, forbrugeroplysning, detailhandelsanalyser, presse- og mediarbejde, udarbejdede informationsmateriale om økologiske fødevarer og deltog i nationale og internationale fødevareresser. Specielt høj prioritet havde skabelsen af kontakt til detailhandlen.

Informationsarbejdet tog hurtigt til i omfang, og ØLC fik betydelige tilskud fra staten til denne aktivitet. Fra 1998 blev ØLC ligeledes involveret i eksportfremmende aktiviteter, og ØLCs virksomhed blev nu også i mindre grad finansieret af midler fra Promilleafgiftsfonden.

Siden 2000 har statslige midler muliggjort, at ØLC, og senere Økologisk Landsforening (ØL), har kunne opbygge kompetencer til at koordinere fødevarer virksomhedernes og detailhandlens markedsføringsaktiviteter på økologiområdet. Første skridt var at samle disse aktører i en strategigruppe i 2001. Gruppen skulle tegne de store linjer i afsætningsarbejdet, udvikle fælles markedsanalyser og igangsætte nye afsætnings tiltag. Resultatet af strategigruppens arbejde var støtte til den første nationale kampagne for oplysning om økologi i 2003 samt en betydelig dialog mellem virksomhederne, detailhandlen og ØL. Parallelt med arbejdet i strategigruppen tog ØLC/ØL i 2002 initiativ til projektet "økologisk butikindsats". Projektet, der var rettet mod butikskæderne Irma og Kvickly, var det første initiativ, der involverede detailhandlen og virksomhederne i en fælles markedsføringskampagne for økologi.

I dag fortsætter ØL med at udføre markedsførings-

projekter i samarbejde med alle de centrale detailkæder og fødevarer virksomheder. Alle projekter finansieres stadig af landbrugsfondene og andre offentlige midler under innovationsloven. Efter nedlæggelsen af strategigruppen i 2003 fortsatte den tætte dialog mellem ØLs markedsafdeling og detailhandlen. Dialogen med virksomhederne foregår direkte gennem markedsafdelingen, i ØLs virksomhedsudvalg og på den årlige inspirationsdag. ØL tilbyder desuden rådgivning til de enkelte virksomheder og har engageret sig i offentligt finansierede projekter rettet mod økologisk konsum i offentlige køkkener.

Konklusion

De danske økologiorganisationer har spillet en væsentlig rolle i implementering af økologipolitikken ved at fungere som bindeled mellem staten og fødevarermarkedet.

Organisationerne har anvendt offentlige midler til at udvikle ekspertise i markedsføring af økologiske produkter. Siden 2001 har ØLC/ØL anvendt disse eksperter til at samle virksomheder og detailkæder i afsætningsfremmende aktiviteter. Uden den aktive medvirken fra ØLC/ØL's side kunne den danske økologipolitik vanskeligt gennemføres, og effekten af de efterspørgselsfremmende tiltag ville sandsynligvis have været meget mindre.

Reference

Daugbjerg, C. m.fl. (2009) 'Environmental Policy Performance Revisited: Do organic food policies matter for sustainable consumption?' Konferencepapir, 5th ECPR General Conference, Potsdam, 2009. <http://orgprints.org/16134/>