



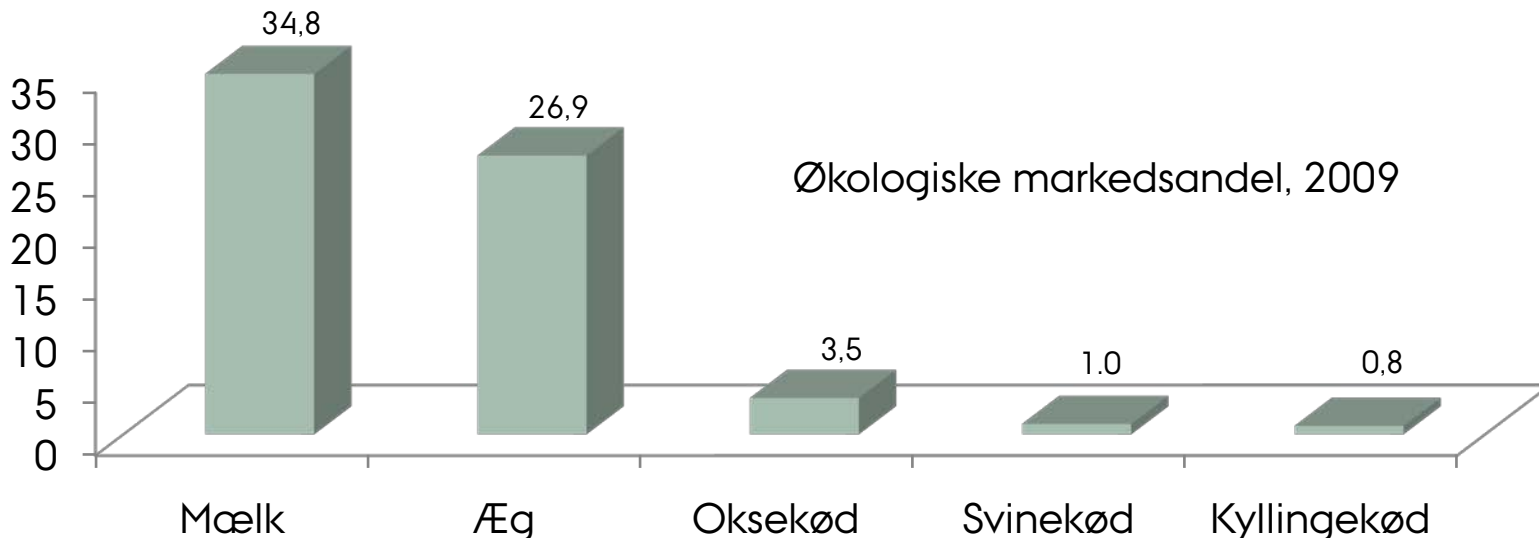
PROJEKT

MARKEDSDREVET, HØJVÆRDI ØKOLOGISK KØDPRODUKTION MED ROBUSTE DYR (SUMMER)



BAGGRUND

- Markedet for økologisk kød følger langt fra det øvrige marked for økologiske fødevarer
- Højere merpris (i kroner og %) for økologisk kød end for andre økologiske varer kan være årsag



PROJEKTETS HYPOTESE

Der er behov for at tilføje produkterne mere kvalitet i bred betydning

- Spisekvalitet
- Immateriel (eller etisk) kvalitet

således, at mange forbrugere føler, at den nødvendige merpris kan retfærdiggøres



PROJEKTETS MÅL

At kunne pege på nye produktionssystemer for højværdi
produktion

- som der er aftagere/forbrugere til
- som er økonomisk attraktiv for producenterne

PROJEKTET OMFATTER

- Fjerkrækød
- Svinekød
- Oksekød



FOR ALLE TYPER KØD ØNSKER VI

- et produkt der adskiller sig fra det typiske konventionelle produkt
- ekstraordinær spisekvalitet
- at produktionsformen opfylder forbrugernes forventninger til økologi og/eller løser et økologisk problem

SUMMER udnytter fællesstrækkene i problemer og løsningsmuligheder for disse tre dyrearter

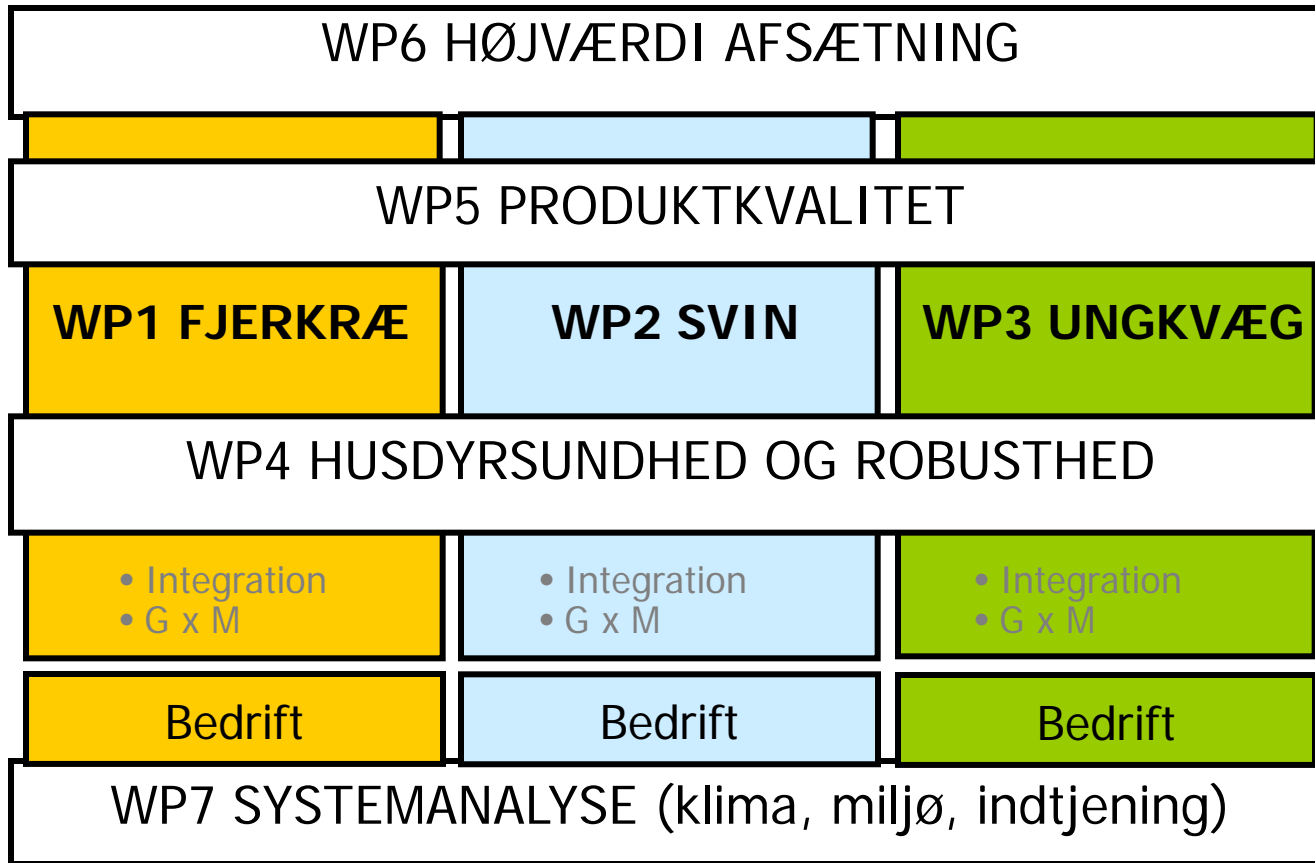
PARTNERE

- Aarhus Universitet
 - Institut for Agroøkologi
 - Institut for Husdyrvidenskab
 - Institut for Fødevarekvalitet
 - MAPP Centret, ASB
- Videncenter for Landbrug
 - Kvæg
 - Fjerkræ
- Udviklingscenter for Husdyr på Friland/Dyrenes Beskyttelse
- Økologiske svineproducenter, Karl Schmidt og Poul L. Nielsen

SAMARBEJDSPARTNERE

- Friland
- Sødams økologiske Fjerkræslagteri
- Holstebro Tekniske Skole
- Økologiske producenter, der identificeres senere

PROJEKTETS ORGANISERING



OPSTARTS WORKSHOP – WP7

- > Partnere og samarbejdspartnere deltog i introduktions workshop – 26 personer
- > Projektets ide blev præsenteret efterfulgt af gruppearbejde med fokus på
 - Om der er aftagere/forbrugere til produkterne
 - Hvad der skal til for at produktionen er økonomisk attraktiv for producenterne

WP 1 – SLAGTEKYLLINGER PÅ FRILAND

SANNA STEENFELDT

Mål

Identifikation af 'bedste' genotype X fodringsstrategi der betyder bedst mulig udnyttelse af udearealet, og som medfører en distinkt anderledes og god produktkvalitet

Aktiviteter

Inspiration fra det franske Label Rouge koncept (studietur)

Forsøg i 2012 på Foulum (pt under detailplanlægning) og med fokus på slutfodringsstrategier

Test af implementeringspotentiale hos producenter

WP 2 – SLAGTESVIN PÅ FRILAND

ANNE GRETE KONGSTED

Forsøgsspørgsmål: Ernæringsmæssige værdi af fouragering – og hvordan afhænger det af race og afgrøde

Aktiviteter:

- Pilotforsøg hos Karl Schmidt (privat landmand)
- Demo-aktiviteter hos Poul Lang (privat landmand)
- Forsøg på Risbjerg (Udviklingscenter for Husdyr på Friland)
- Forsøg på Foulum (fodring x genotype og betydning forsyning med vitaminer, mineral og andre næringsstoffer)

Race (gammel vs. nutidens)



Ernæringsmæssige værdi af fouragering



Kødkvalitet

Robusthed

Produktivitet



FØRSTE RESULTAT (FRA PILOTFORSØG)

- 5-6 kg jordskokker om dagen per slagtesvin ~ 35 % af behov



Periode	59-75 kg
Tilskudsfoeder	1.8 kg/dag
Tilvækst	800 g/dag
Foderudnyttelse	2.3 kg tilskudsfoeder/kg tilvækst

Foto: Kristine Riis Hanse



Foto: Orla Nielsen

WP 3 – UNGKVÆG

MOGENS VESTERGAARD

Fokus:

Tyrekalve og ungvæg der færdigfedes på græs

Forsøgsspørgsmål:

Betydning af en urteberiget kløvergræs

Krydsning kødkvæg X malkerace som en mulighed for bedre kvalitet

Aktiviteter:

- Forsøg med tyre på Foulum 2011
- Forsøg med krydsningsdyr (LIM x DF) Foulum 2012
- Screening af implementerings potentiale hos producent

WP 4-7 TVÆRGÅENDE AKTIVITETER

› Husdyrenes robusthed/immunkompetancer

› **Helle R Juul-Madsen**

› Produktkvalitet og forbrugerpræferencer

› **Margrethe Therkildsen**

› Marketing

› **Athanasios Krystallis**

› Systemanalyse

› **Klaus Horsted**

WP 5 FORBRUGERPRÆFERENCER - KVALITETSPARAMETRE FOR KØD

› Foreløbige resultater fra fokusgruppe interviews:

'Light' økologiske forbrugere	'Heavy' økologiske forbrugere	Begge
Emballage	Husdyrvelfærd	Butik image
Brand	Ernæring	Oprindelse
Pris	Forarbejdning	Udseende
Information	Mørhed	Friskhed
Lavt fedt indhold	Smag	

- › Tilgængelighed og variation for ringe for økologisk kød
- › Pris er meget højere oppe på prioriteringslisten for 'light' økologiske forbrugere
- › 'Heavy' økologiske forbrugere spiser mindre kød, men kød af 'bedre' kvalitet

WP 5 KOKKE OG INDKØBERE

- > Foreløbige resultater fra interviews:

- > Kvalitetsparametre
 - > **Kokke:**
Smag, farve, mørhed, økologisk, lugt, fedt, tekstur, alder, plads, fedtmarmorering, race, hængetid, udseende, foder
 - > **Indkøbere:**
Oprindelse, farve, mørhed, slagteproces, udseende, fedt, alder, bakteriefri, smag, race, foder

- > Det ideelle økologiske kødprodukt
 - > **Kokke:** Kød fra dyr som har levevilkår så tæt på 'naturen' som muligt, kød der smager godt, kød der ikke er transporteret for langt og til samme pris som konventionel kød (eller en lille smule højere)
 - > **Indkøbere:** Skal være mere mørt og saftigt end det er nu, skal komme fra dyr der har mere plads og som går ude så meget som muligt, kødet skal leveres oftere og til en lavere pris.

HVEM HAR GAVN AF RESULTATERNE ?

- › Nationale strategi for omlægning til økologi
- › Innovative producenter og forarbejdningsevirsomheder
- › Forbrugere med interesse for gastronomi og økologi