

Efterfrågedriven innovation för högre kvalitet på nöt- och lammkött

Ett treårigt EU-finansierat projekt med målsättning att skapa bättre förutsättningar för nöt- och lammköttproducenter i regionen Västra Götaland (Sverige), Nord- och Midtjylland (Danmark).

Detta är ett samarbete mellan forskning, lantbruk och industri som verkar inom köttnäringen.

I projektet fokuserar vi på att öka kunskapen om god ätkvalitet och etisk kvalitet från uppfödare till konsument.

Projekttid: 2016-09-01 – 2019-08-31



Seminar 24 oktober 2018

Delaktivitet 4.3

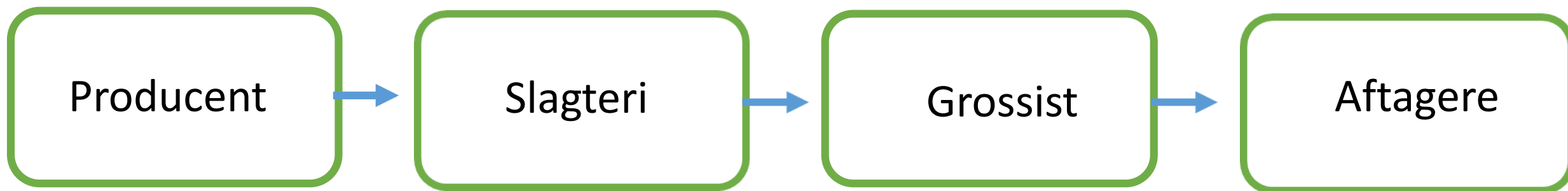
Har vi brug for ekstra led i værdikæden - og hvilke?

Julie C. S. Henriksen, Økologisk Landsforening



Værdikæder: Hvad er fokus?

- Oksekød – kødkvæg
- Oksekød – malkekvæg/tyrekalve
- Lammekød



Fokus på værdier

Slagte-kvalitet*	Spise-kvalitet	Ernærings-kvalitet	Etisk kvalitet	Historie-kvalitet
Slagteprocent	Mørhed	Mængden af fedt	Dyrevelfærd under opvæksten	Kundens oplevelse af gården
Form	Smag	Fedtsyrenes sammensætning	Forhold omkring slagtningen	Kundens oplevelse af handlen
Farve	Saftighed	Vitaminer	Miljøvenlig produktion	Fortællingen om produktionen
Fedme	Udskæringer efter kundens behov	Fravær af medicinrester	Evt. naturpleje	Formidlingen af de øvrige kvaliteter
Alder og køn	Tilberedningsideer og -muligheder	Bakteriologi	Evt. klimavenlig produktion	Fælles værdier for landmand og kunde

Hvad vil vi opnå?

- Hvad er de største udfordringer for værdibaserede fødevarekæder?
- Hvordan ”måler” man værdierne op igennem kæden?
- Hvordan holder man på værdierne op igennem kæden?



Hvor ser vi potentialerne for at styrke værdibaserede fødevare-kæder?



Værdikæder: Oksekød - Naturkød

Case virksomhed:

- Platform for produkter fra kødkvæg der udfører naturpleje

Værdifokus:

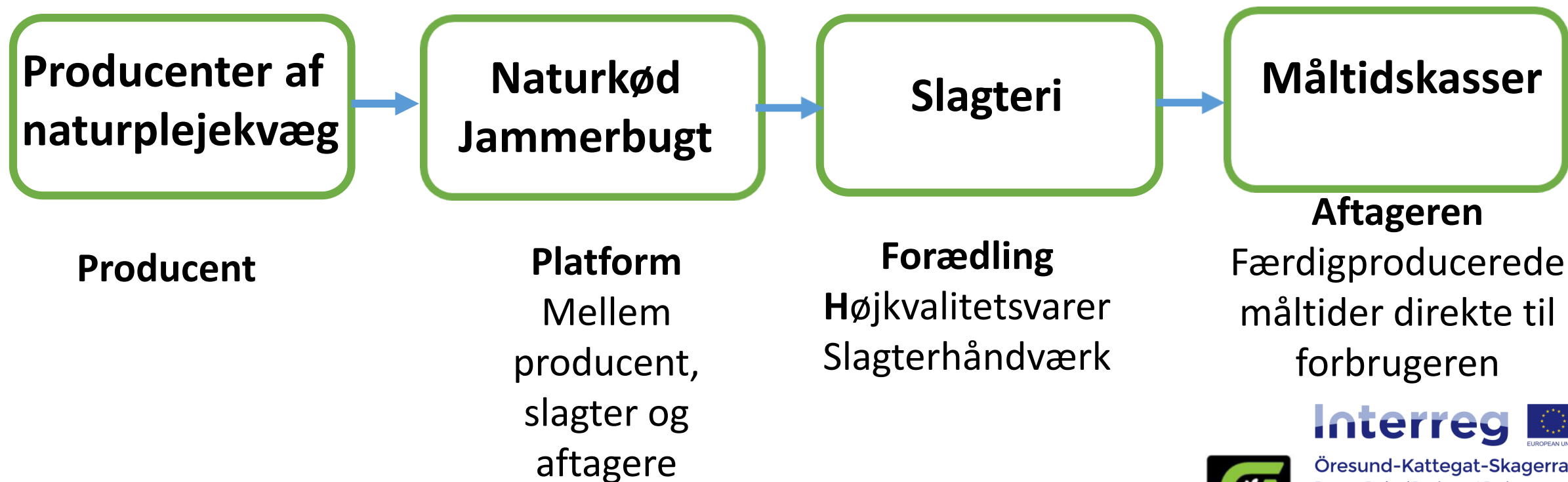
- Økologisk, klimavenligt, bæredygtigt



Værdikæder: Oksekød - Naturkød

Case virksomhed: Kødkvæg der udfører naturpleje

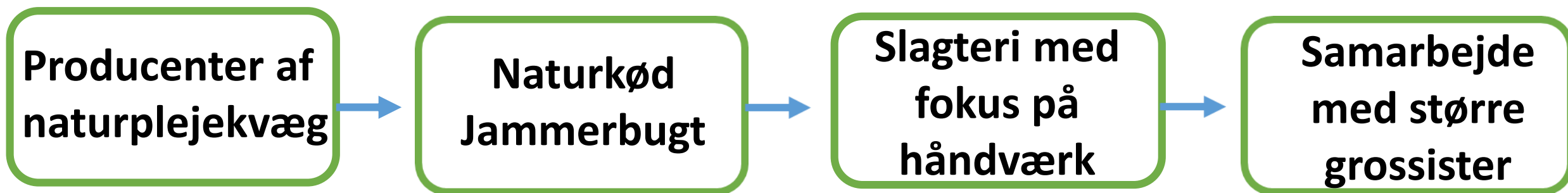
- Værdifokus: Økologisk, klimavenligt, bæredygtigt



Værdikæder: Oksekød - Naturkød

Case virksomhed: Kødkvæg der udfører naturpleje

- Nyt mål – Vil gerne øge volumen
- Platformen sikrer værdien gennem kæden
- Platformen sikrer historien



Platform

Mellem producent,
slagter og aftagere



Værdikæder: Oksekød – ”Overskud” fra mælkeproduktionen

Case virksomhed:

- Familiedrevet Jersey-besætning

Fokusværdier:

- Økologi, dyrevelfærd og bæredygtighed

Ekstra værdier:

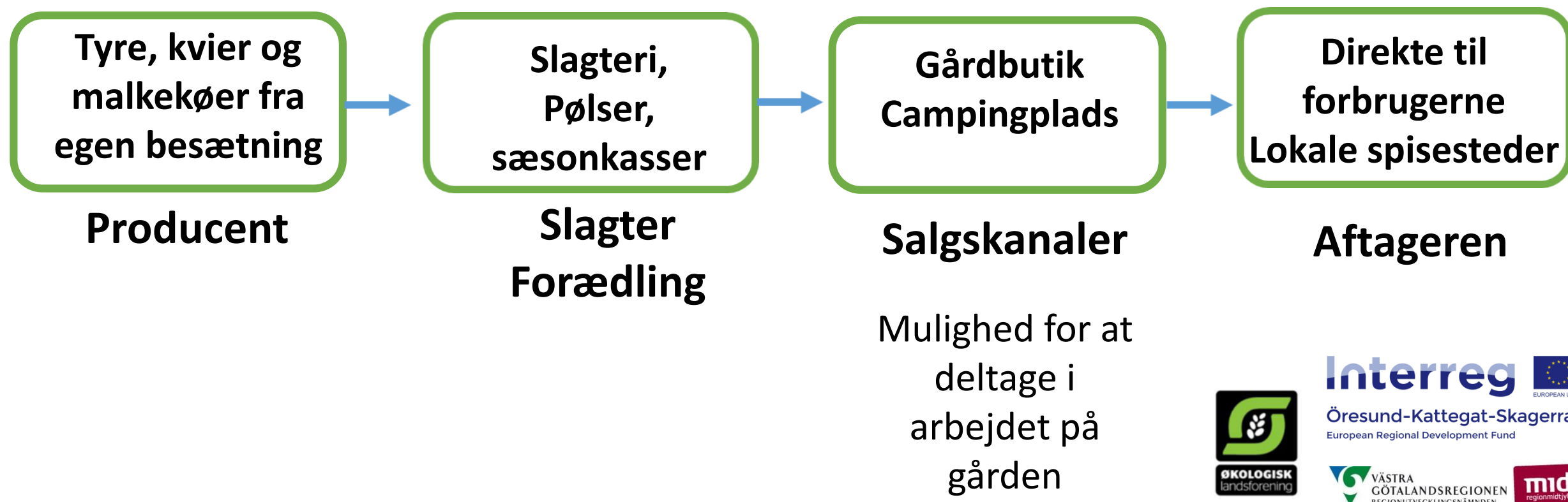
- Historiefortælling og åbenhed



Værdikæder: Oksekød – ”Overskud” fra mælkeproduktionen

Case virksomhed: Familiedrevet Jersey-besætning

- Fokusværdier: Dyrevelfærd og bæredygtighed
- Ekstra værdier: Historiefortælling og åbenhed



Værdikæder: Oksekød

Potentialer:

- Bedre prissætning ift. mérværdier (etiske værdier)
- Større kendskab hos forbrugeren til dyrevelfærd, klimaaftryk, bæredygtighed
- Større kendskab til kvaliteterne ved kød fra malkekvæg
- Større tilgængelighed (volumen)
- Det skal være nemt (opskrifter, portionsstørrelser osv.)
- Forædling af mindre eftertragtede kødstykker

Udfordringer:

- Svært at tjene penge på fordelingsleddet/platformen
- Svært at afsætte hele dyr
- Svært at få forskellige aftagere til at samarbejde



Værdikæder: Lammekød

- 15 producenter (fuldtid) + deltidsproducenter
- Dansk lam udgør kun ca. 15% af det registrerede forbrug af lammekød i DK
- Danske producenter leverer primært til Holland



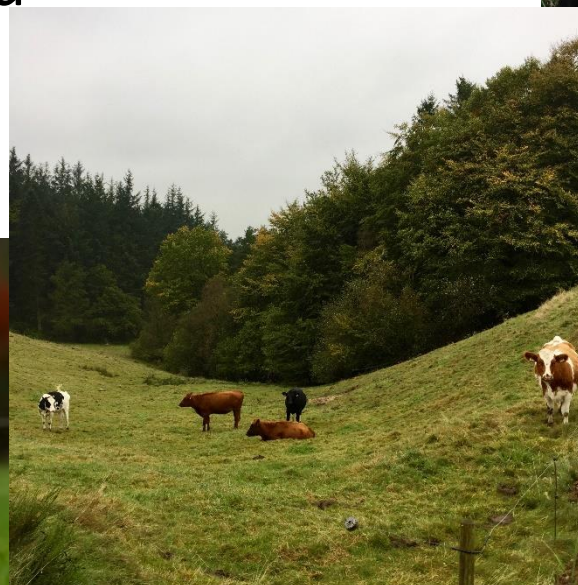
Værdikæder: Lammekød

Case virksomhed:

- Familiedrevet mikrolandbrug (både lam og malkekvæg)

Fokusværdier:

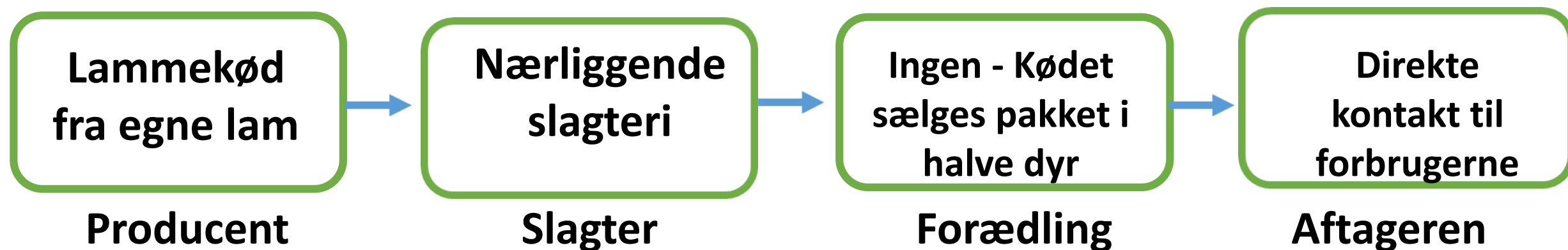
- Økologi, dyrevelfærd og bæredygtighed



Værdikæder: Lammekød

Case virksomhed: Familiedrevet mikrolandbrug

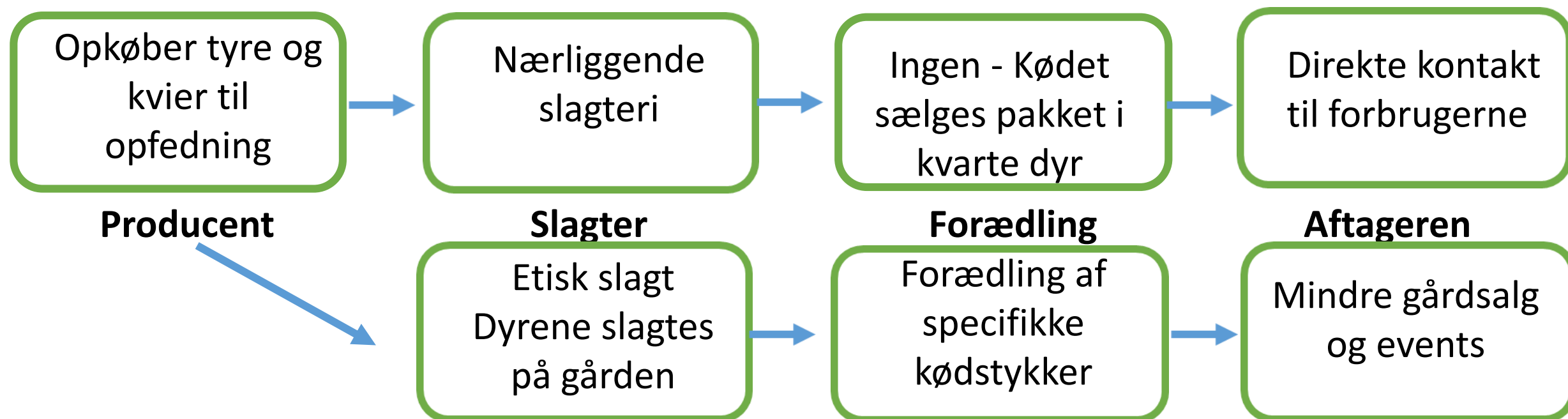
- Fokusværdier: Økologi, dyrevelfærd og bæredygtighed



Værdikæder: Lammekød

Case virksomhed: Familiedrevet mikrolandbrug

- Mål der ikke er opnået endnu – dyrevelfærd, tilgængelighed og historie
- Udfordringer i at finde de rigtige løsninger ift. ideologi



Værdikæder – Dansk lammekød

Potentialer:

- Øg omsætningen af dansk lammekød i DK
- Øg forbrugernes/aftagernes bevidsthed om brugen af lammekød tilpasset aftagertyper (kantiner, kokke, privat forbruger)

Udfordringer:

- Uens kvalitet og høj kasseringsrate
- Grossisten har svært ved at afsætte hele dyr
- Sæsonafhængig efterspørgsel
- Manglende paknings- og forædlingsmuligheder



Dansk lam bliver dyrt pga. praktiske udfordringer i værdikæden



Hvordan styrker vi værdikæden?

Er løsningen et ekstra led, der arbejder ud fra den ideologi/værdi som skaber produktet?

- Hvordan betaler produktet for det ekstra led?
- Skal leddet være gratis – online platform?



- Ideologisk virksomhed
- Online platform

Hvordan styrker vi værdikæden?

Hvordan måler man de etiske værdier?

- Værdier er subjektive
- Hører under en "morale-paraply"



Enighed om moralen i værdien op igennem værdikæden

- Eksempel: God/dårlig dyrevelfærd



Hvordan styrker vi værdikæden?

Hvordan holder man på værdierne op igennem kæden?

- Enighed og gensidig ansvarlighed overfor det aftalte koncept gennem hele værdikæden
- Gennemsigtighed
- Sporbarhed

