



# STYRK DIN FORRETNING I ALLE LED FRA JORD TIL BORD

V. Cathrine Esmann  
Økologisk Landsforening





 **KØ**  
**KØD.**  
**SALG**

.....  
En håndbog til landmænd med direkte salg af kød



# INDHOLD.

## ØKO KØD-SALG.

En håndbog til landmænd  
med direkte salg af kød

Denne håndbog er blevet til på baggrund af en meget lang række af interviews, workshops, netværksmøder, stalderskoler og inspirerende samtaler med bl.a. landmænd, kokke, professionelle køkkenfolk, køgekøber, forskere, butiksslagtere, slagtehuslagtere, studerende og "kødkunder".

Vi vil gerne rette en meget stor og varm tak til alle, som har bidraget!

Venlig hilsen

Økologisk Landsforening  
November 2013

#1 Introduktion .....	1.0
#2 Hvad er din plan? .....	2.0
Test din idé .....	2.1
Forretningsplanen .....	2.2
#3 Veje til kvalitet .....	3.0
Race .....	3.1
Alder og køn .....	3.2
Foder .....	3.3
Forberedelse til slagtning .....	3.4
Modning af kødet .....	3.5
Definer din produktkvalitet .....	3.6
#4 Kunderne .....	4.0
Tre typer af kødkunder .....	4.1
Hvem er dine kunder? .....	4.2
#5 Produkterne .....	5.0
De "svære" udskæringer .....	5.1
Kundetilpassede kasser .....	5.2
Hvad er dit produkt? .....	5.3
#6 Afsætning .....	6.0
Salgskanaler .....	6.1
Anderledes salgskoncepter .....	6.2
#7 Markedsføring .....	7.0
Kunderne som ambassadører .....	7.1
Presseoptale .....	7.2
Egen hjemmeside .....	7.3
Facebook .....	7.4
Annoncering .....	7.5
Mere markedsføring .....	7.6
#8 Ekstra inspiration til kunderne ...	8.0
Opskrifter, tips og anvendelse .....	8.1
Overblik over udskæringerne .....	8.2
Hvorfor økologi? .....	8.3
Hvorfor græs fodring? .....	8.4
Hvorfor krogmodning? .....	8.5
Sporbarhed .....	8.6
#9 Love og regler .....	9.0
Registrering hos Fødevarestyrelsen .....	9.1
Fødevarereguleringen .....	9.2
Regler om anprisning og mærkning .....	9.3
Andre regler .....	9.4
#10 Links og mere inspiration .....	10.0



ØKOLOGISK  
landsforening

# Hvad er din plan?

- **MÅL: At skabe et oplevelsessted på gården**

IDÉ: Månedlige events på gården, fx høstmarked, naturformidling, markvandring for familien, grillaften med foredrag osv., hvor deltagerne kan købe gårdens produkter med hjem.

- **MÅL: At udvikle højkvalitetskød med fuld sporbarhed**

IDÉ: Lave blog og hjemmeside, hvor kunderne kan følge dyrene, læse om kvalitet, krogmodning, race og opdræt samt alliere sig med en kok, der taler om smag og leverer opskrifter. Webbestilling + varetur.

- **MÅL: At skabe ekstra indtjening på gården**

IDÉ: Lave opdræt ved afgræsning af naturområder. Sælge enkle kødkasser med stege, bøffer og hakket kød til medarbejdere i nærliggende stor virksomhed.



# Forretningsplan for \_\_\_\_\_



Hvad er min ide? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Hvad er mit produkt?  
 (Kvalitet, udskæring, mængde og pakning) \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Hvem er mine kunder? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Hvor vil jeg møde mine kunder? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Værdi for kunderne Hvad skal kunderne have ud af at handle hos mig?	Kanaler til afsætning Gårdbutik, torvesalg, varetare eller ...?	Markedsføring Hvordan kommer jeg i kontakt med kunderne?	Samarbejdspartnere Hvor skal dyrene slægtes?  Skal jeg søge samarbejde med andre landmænd, butikker, forbrugergupper?

Udgifter Hvilke investeringer skal jeg foretage?  Hvad er de løbende driftsudgifter?	Indtjening Hvordan skal mine priser være, og hvilken omsætning skal jeg have?	Finansiering Hvordan får jeg penge til investeringer og likviditet til driften?	Love og regler Hvilke krav skal jeg opfylde?

**Inspiration.**

I resten af håndbogen finder du viden og ideer, som kan inspirere din udvikling og nuancere din forretningsplan.

Men du kan også få brug for at søge oplysninger andre steder, for eksempel hos Økologisk Landsforening ([www.okologi.dk](http://www.okologi.dk)), hos Fødevarerstyrelsen ([www.fodevarerstyrelsen.dk](http://www.fodevarerstyrelsen.dk)) eller på Erhvervsstyrelsens Iværksætterportal, [www.startvaekst.dk](http://www.startvaekst.dk).

⬇️ Læs mere under #10 Lær mere.

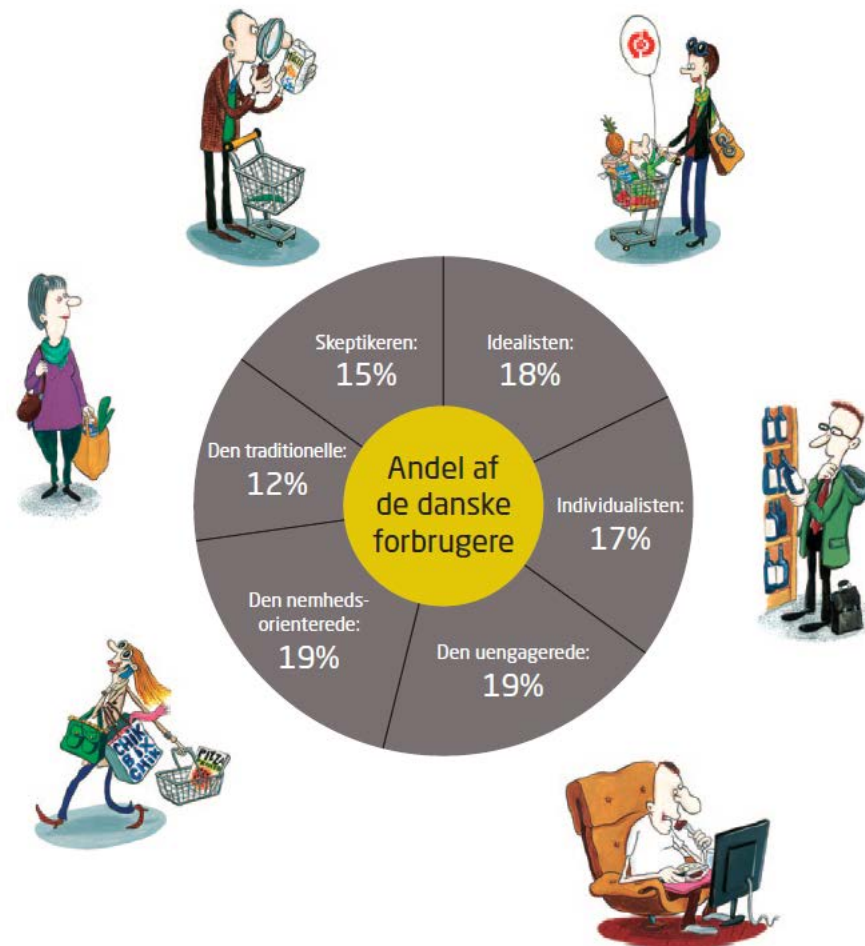


# Hvem er dine kunder?

- Husstande inden for en radius af 50 km?
- Folk med stationcar og kummefryser?
  - Kræsne kvalitetskunder?
  - Traditionelle husmødre med håndværket i orden?
- Mænd med en stor grill?
  - Travle børnefamilier?
- Byboere?
  - Naturelskere?
- Dyrevelfærds-freaks?
- Naboer, familie og venner?



# Øko kød – en holdningssag?





# Idealisten

---

- Positive holdninger til økologi
- Ønsker at købe mere økologi
- Ønske om mere økologi i deres dagligvarebutik
- Vil gerne betale ekstra for fælles goder som miljø og dyrevelfærd
- Lægger stor vægt på den sunde, rene vare
- Lægger stor vægt på, at varen er dansk, og at der er høj gennemsigtighed i produktionen
- En stor interesse for madlavning
- En høj betalingsvilje
- Informationssøgende





# Individualisten

---

- Positive holdninger til økologi
- Ønsker at købe mere økologi
- Køber ofte dyre fødevarer af høj kvalitet
- Lægger vægt på den sunde, rene vare
- Innovative, eksperimenterende og moderne
- En stor interesse for madlavning
- Handler direkte hos producenter og i specialbutikker
- Vil gerne vide, hvordan varen er produceret
- Læser varedeklarationer
- En høj betalingsvilje



# Tre typer kødkunder



# Den kompetente kvalitetskunde

---

- Køber økologisk kød direkte hos landmanden, fordi det er kvalitet
- Kan vurdere kvalitet!
- Vil gerne udfordres og overraskes. Gerne anderledes udskæringer
- Tern, køller, indmad, ben, haler, kæber, skank, bryst, bov
- Forarbejdede produkter: Lufttørret kød, gode pølser, tør-saltet bacon
- Okse, kalv, lam, kanin, ged
- 10-30 kg i alt. Max pris pr. portion 1.500-1.800 kr.
- Ferskt, "tørt", ikke smattet og blodigt
- Ikke nødvendigvis opskrifter, men meget gerne viden: Om kvalitet, smag, håndværk, malkekvæg/kødkvæg, krogmodning, opdræt, leveforhold m.m.
- Vil gerne tættere på landmanden: Arrangementer, fortællinger, gårdbesøg





# Storbykunden med convenience-krav

---

- Kommer ikke på landet, men ville gerne købe ind på denne måde, hvis det var nemmere. Barriererne er logistik og timing (bil og kummefryser?)
- Landmanden er langt væk - også mentalt. Frygter at ende med at "stå i en blodpøl", når man køber kød på den måde!
- Portionsstørrelser? Par/2 personer + familie ("fjollede 400 g kan man ikke bruge til noget, når man er en familie på fem")
- Max 10 kg i alt. 5 kg - 500 kr.
- Hverdagsorienteret: Hakket kød, tern, steaks, evt. pølser og leverpostej, evt. færdigretter/halvfabrikata
- Skal være nemt at håndtere: Individuelle pakninger og portioner, nemt at lægge i fryser
- Gerne opskrifter: Årstidsvarieret, nemme hverdagsretter, hjælp til at variere



# Den nysgerrige, som gerne vil lære

---

- Har prøvet at købe kød hos landmanden – og oplevet, at der lå en masse udskæringer tilbage i fryseren, som de ikke fik brugt
- Vil gerne købe kvalitet og prøve nye ting, men er usikker (det er dyrt at gøre sig erfaringer med kvalitetskød, mange skuffelser undervejs)
- Vil gerne have vejledninger, små skridt, succes
- Simrekød, stege?
- Vil gerne have tryghed, gennemsigtighed og overblik i hele processen fra jord til bord: Hvor og hvornår kan man bestille, gerne reminder, hvem kommer det fra, hvordan anvender jeg...
- Faktuel beskrivelse og vejledning: Hvad er det for en udskæring? Hvad skal jeg selv (fx pudse af)?
- Evt. tjekliste/guide til, hvad man skal huske, når man køber ind på den måde: Hvad skal jeg gå efter? Hvad skal jeg huske? Fx Ø-mærke, dato, smiley?



# Hvad er dit produkt?

Kødkvalitet

Udskaering og mængde

Fortælling

Salgskanal

Afhentning/levering

Pris

Markedsføring

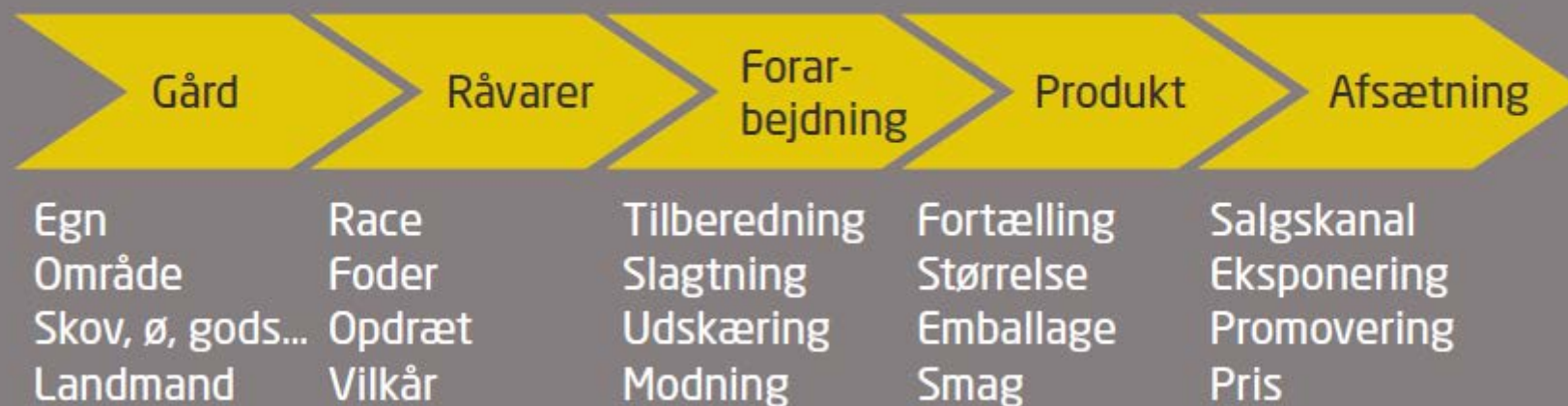
Oplevelsen af dyrene,  
menneskene og gården

Følelser, fornemmelser, fordomme?



# Fortæl din historie

## Jord til bord-model







Hvad  
er økologi?

Hvorfor  
vælge økologi?

Hvordan  
får jeg råd til økologi?

Hvem er  
Økologisk Landsforening?



1.

Du får mad uden  
rester af  
sprøjtegifte...

SE MERE HER >>



Facebook

FØLG I ØKO PÅ FACEBOOK >>



Økologi er  
sund fornuft

SE MERE HER >>



Nyhedsmail

TILMELD DIG HER >>



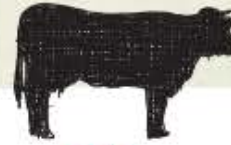
Økologisk nr. 24

LÆS DET NYE MAGASIN HER >>

TAG PÅ  
ØKO-OPDAGELSE


[www.iloveøko.dk](http://www.iloveøko.dk)

ØKOLOGISK LANDSFORENING Silkeborgvej 260 8230 Åbyhøj +45 87 32 27 00 info@okologi.dk



Konventionelle

## Krav og regler

Krav om at køer skal på græs 

Ja

Nej

Krav til underlaget i den del af stalden, hvor køerne hviler sig

Ren og tør strøelse. Mindst 5 cm tykt, og så blødt, at det former sig efter dyret.

Underlaget skal være blødt og tørt.

Tid hvor ko og kalv har lov at være sammen efter fødslen

24 timer

12 timer

Krav om mælkefodring af kalve

Ja, i minimum 3 måneder

Nej

Krav om økologisk foder

Ja. Alt foder skal være fra marker, som drives økologisk.

Nej. Normalt er alt foderet fra marker, hvor der er brugt sprøjtegift og kunstgødning.

Forbud mod gensplejset foder

Ja

Nej. Det er normalt, at køer fodres med blandt andet importeret GMO-soja.

Tilbageholdelsesfrist (periode hvor mælk og kød ikke må sælges) efter et dyr er blevet behandlet med medicin

Dobbelt så lang som når medicinen er brugt på ikke-økologiske køer.

Tilbageholdelsesfristen afhænger af den anvendte medicin.

Maksimum for transporttid til slagteri

Ja, i max 8 timer i alt

I specialkøretøj op til 29 timer, fordelt på to perioder med en times pause.





**Hvor kan du møde  
dine kunder?**



# Mød dine kunder

- De Økologiske Høstmarkeder, d. 30.-31. aug. 2014
- På torvet
  - Madmarkeder rundt om i landet
- I den lokale køkkenbutik
  - Hver måned foran en stor lokal virksomhed
- En flyer i postkassen
  - Facebook
- Nyhedsbrev
  - Lokalavisen

**Kodeordene er: Ærligt og personligt**





**GOD LÆSNING**  
**- og held og lykke med**  
**udviklingen!**

