



AKADEMIN FÖR TEKNIK OCH MILJÖ
Avdelningen för elektronik, matematik och naturvetenskap

Ekologiska perenner – Lokalt och globalt

En Intervju- och Litteraturstudie

Jenny Lindgren

2014

Examensarbete, Grundnivå (kandidatexamen), 15hp
Biologi

Trädgårdsmästarprogrammet

Examensarbete i Biologi med inriktning mot Trädgårdskunskap

Handledare: Anders Fahlén
Examinator: Yngve Gunnarsson

Abstract

The customer demand for ecological products has increased in recent years, within the garden industry this mainly concerns herbs and other edible plants. The organic trend is increasing and more people are aware of the environment and want to take responsibility for it through their purchases for their garden as well.

In this essay the aim is to investigate customer demand and the possibility of selling organic perennial plants in eight garden centres on the Åland islands and in Gävle/Sandviken. I include two garden centres with an organic profile to get a wider point of view. I investigate the global market for organic perennials and look further into existing certification standards on the Swedish market today.

The methods I have been using are interviews and a literature study.

The study shows that the experienced demand for organic perennials is small in both of my investigated groups. The biggest motivation for starting to sell organic perennials would be to find a supplier of these plants and that more customer would ask for them. The certification systems on the Swedish market today do not concern specifically organic perennials; there is a lack of rules of conduct. In USA the demand for organic perennials has increased in recent years. Several nurseries with an organic profile have opened and programs for guidance of organic growers have been founded. In Germany the production of organic perennials is small and organic certification is lacking. In both countries further research on the market for organic perennials is suggested.

Keywords: Organic, Perennials, Customer, Demand

Sammanfattning

Utbudet och efterfrågan på ekologiska produkter har under de senaste åren ökat. Detta gäller främst livsmedel men trenden kan också ses beröra växter. De ekologiska växterna tenderar främst att vara kryddor och ätbara växter, inte prydnadsväxter. Samband kan ses mellan konsumenternas medvetenhet om miljöfrågor och efterfrågan på ekologiska växter.

Syftet med uppsatsen är att i huvudsak undersöka trädgårdshandeln i Gävle/Sandviken och på Åland och dess syn på möjlighet till försäljning av ekologiska perenner samt undersöka internationella erfarenheter kring produktion och efterfrågan, och att studera utvalda svenska kvalitetssystem för perenna växter. Frågeställningarna berör efterfrågan och inställningen till ekologiska perenner hos de utvalda handelsträdgårdarna, ekologiska odlares perspektiv, existerande certifieringssystem och den internationella marknaden med fokus på USA och Tyskland. Som metod använder jag mig av intervjuer samt litteraturstudie. Jag har intervjuat totalt tio stycken trädgårdshandlare, varav två stycken med ekologisk profil.

På Åland och i Gävle/Sandviken är den upplevda efterfrågan på ekologiska perenner hos de utvalda handelsträdgårdarna liten och ingen av dem säljer ekologiska perenner. Trädgårdshandlarna är motiverade till att börja sälja ekologiska perenner om någon leverantör erbjuder sådant växtmaterial och ifall efterfrågan ökar. De två handelsträdgårdarna med ekologisk profil upplever inte heller någon stor efterfrågan på ekologiska perenner. De levererar inte perenner till andra återförsäljare.

I USA har efterfrågan och utbudet på ekologiska perenner ökat. Den största kundgruppen är unga, miljöintresserade personer. Det har startats program för att hjälpa ekologiska odlare av prydnadsväxter. Certifierade plantskolor finns. I Tyskland består produktionen av prydnadsväxter av en liten andel ekologiska växter. Ekologisk certifiering för produktionen saknas. I både USA och Tyskland föreslås vidare forskning kring ekologiska perenner och deras efterfrågan.

I Sverige saknas ett specifikt framtaget certifieringssystem för ekologiska perenner. GRO, E-plant och Svenskt Sigill omfattar inte ekologisk odling och certifiering av sådana växter. KRAV-märkningen omfattar även odling av perenner, men det saknas regler och förhållningssätt speciellt utvecklat för odling av perenner.

Förord

Ekologisk odling var något jag började intressera mig för då jag inledde mina studier vid trädgårdsmästarprogrammet på högskolan i Gävle. Jag hade egentligen inte reflekterat över alternativa odlingsmetoder förut men utbildningen väckte det intresset hos mig.

Att köpa ekologiska grönsaker i matbutiken är något som jag upplever att fler och fler gör. Jag började inför ämnesvalet till C-uppsatsen fundera om det fanns ekologiskt odlade perenner att köpa i trädgårdshandeln och ifall kunderna efterfrågade dem. Enligt min erfarenhet så är utbudet av ekologiska perenner litet, om inte obefintligt, i trädgårdsbutikerna. Jag undrade om det måste vara på det viset? Om det fanns en spirande efterfrågan på ekologiska perenner likt den som finns efter ekologiska livsmedel?

Att skriva om ekologiska perenner känns nytt och spännande eftersom att trenden bara ligger i sin linda ännu. Att få vara med och väcka frågor om och belysa ett ämne som detta känns meningsfullt.

Jag vill tacka min handledare Anders Fahlén för all hjälp och positiv energi som han gett mig under arbetet med uppsatsen. Ett stort tack till alla intervjuade trädgårdshandlare som ställt upp med sin värdefulla tid.

Jag vill också tacka Mamma, Pappa och Göran för att ni trott på mig mer än jag själv gjort.

Jenny Lindgren
Gävle, den 27.11.2014

Innehållsförteckning

1. Introduktion.....	2
2. Syfte och frågeställningar.....	3
3. Definitioner.....	3
3.1 Ekologisk odling.....	3
3.2 Perenn.....	4
4. Metod.....	4
4.1 Intervjuer.....	4
4.2 Litteratur.....	5
4.3 Metodmotivering.....	5
5. Avgränsningar.....	5
6. Resultat.....	6
6.1 Introduktion.....	6
6.2 Intervjuer.....	6
6.2.1 Intervjuer med åtta trädgårdshandlare i Gävle/Sandviken och på Åland.....	6
6.2.2 Intervju med trädgårdshandlare med ekologisk och KRAV-märkt profil på Öland samt en odlare med ocertifierade ekologiska perenner i Blekinge.....	11
6.2.3 Intervjususyntes.....	13
6.3 Litteratur.....	14
6.3.1 Den ekologiska trenden.....	14
6.3.2 USA.....	16
6.3.3 Tyskland.....	18
6.3.4 Samarbete mellan EU och USA.....	18
6.3.5 GRO.....	18
6.3.6 Svenskt Sigill.....	19
6.3.7 KRAV.....	20
6.3.8 E-planta.....	21
7. Diskussion.....	21
7.1 Introduktion.....	21
7.2 Svar på syftets frågeställningar.....	21
7.3 Självkritisk analys.....	24
7.4 Förslag på vidare forskning samt reflektioner.....	25
8. Referenslista.....	27
8.1 Tryckta källor.....	27
8.2 Elektroniska källor.....	28
9. Bilagor.....	30
9.1 Intervjufrågor – Åland och Gävle/Sandviken.....	30
9.2 Intervjufrågor – Ekologiska Trädgårdshandlare.....	32

1. Introduktion

Enligt Behe, B., Campbell, B., Dennis, J., Hall, C., Lopez, R., Yue, C. (2011) så har medvetenheten hos konsumenterna kring ekologiska produkter under de senaste åren ökat. Därmed har också produktionen av dessa produkter ökat och även återförsäljarnas utbud. Detta rör främst livsmedel men också till viss del växter och blommor. Vi kan hitta ekologiska kryddor och snittblommor i vår dagligvarubutik. Uppmärksamheten kring ekologiska perennaplantor till hemträdgården är ännu inte lika stor. Men den finns, fast ännu i liten skala. Trenden med ekologisk mat är idag vedertagen – frågan är: hur långt har trenden nått inom trädgårdsnäringen och det växtmaterial som inte ska konsumeras som mat utan ”bara” användas som prydnad. Dennis, J., Lopez, R., Behe, B., Hall, C., Yue, C., Campbell, B. (2010) hävdar att intresset för hållbar tillverkning inom andra produktkategorier har hjälpt till att lyfta en debatt även inom den hortikulturella sektorn. Både då det gäller möjligheter för en hållbar produktion men även certifiering och märkning av sådana växter.

Behe, B., Campbell, B., Hall, C., Khachatryan, H., Dennis, J., Yue, C. (2013) ser samband mellan konsumenternas medvetenhet om miljöfrågor och deras efterfrågan på miljövänligare produkter. Producenterna har här en ny potentiell marknad, ekologiska produkter tillverkade med reducerad miljöpåverkan. Här kan kunderna även vara beredda att ett högre, så kallat premiumpris för växterna.

Beccaro, G., Cerutti, A., Vandecasteele, I., Bonvega, L., Donno, D., Bounous, G. (2014) menar att plantskolorna och deras produktion av växter har en hög miljöpåverkan genom att t ex belasta grundvattnet med insekts- och gödningsmedel som läcker ut, den höga elförbrukningen, hög användning av plaster och diesel för uppvärmning. Den forskning som har ägnats åt att utreda och peka på denna miljöpåverkan är liten, undersökningar om jordbruket och den agrara näringens påverkan har getts större utrymme. Frågan är idag ifall kunderna är redo för att ta sin del av ansvaret för denna miljöpåverkan genom att köpa mer produkter som är producerade på ett mer hållbart sätt.

Jag som trädgårdsmästarstudent intresserar mig för alternativa produktionssätt och giftfria alternativ. Därför vill jag i mitt arbete lägga fokus på trädgårdshandlarnas uppfattning om sina kunders efterfrågan på ekologiska perenner och därmed möjlighet att sälja dessa. Fokus ligger också

på att undersöka vad de existerande klassificeringssystemen på marknaden säger om kvalitet och vad deras märkning betyder.

2. Syfte och frågeställningar

Syftet för denna uppsats är att i huvudsak undersöka trädgårdshandeln i Gävle/Sandviken och på Åland och dess syn på möjligheterna till ökat utbud av ekologiskt producerade perenner hos utvalda trädgårdshandlare samt att undersöka internationella erfarenheter kring produktion och efterfrågan på ekologiskt odlade perenner, och att studera några utvalda existerande svenska kvalitetssystem för perenna växter.

Jag har valt följande frågeställningar för min studie:

Undersöka den upplevda efterfrågan kring och inställningen till handel med ekologiskt märkta perenner hos utvalda handelsträdgårdar i Gävle/Sandviken och på Åland. Även de ekologiska odlarnas perspektiv belyses med två trädgårdshandlare på Öland och i Kyrkhult, Blekinge.

Undersöka om det existerar något officiellt certifieringssystem för ekologiskt märkta perenner på den svenska marknaden och hur existerande kvalitetsmärkningar definierar kvalitet.

Undersöka hur handeln med och efterfrågan på ekologiska perenner ser ut på den internationella marknaden, med selektivt fokus på USA och Tyskland.

3. Definitioner

3.1 Ekologisk odling

”Ekologisk odling är ett sätt att odla som bygger på förnybara resurser, till exempel kogödsel, som finns nära gården. Inom ekologisk odling använder man inte handelsgödsel eller kemiska bekämpningsmedel. Ekologisk odling är detsamma som *ekologiskt lantbruk* och *alternativ odling*. Odling som inte är ekologisk kallas *konventionell odling*” (NE, u.å).

3.2 Perenn

”perenn (latin *pere’nnis* ’som räcker hela året’, ’varaktig’, av *per-* och *a’nnus* ’år’), flerårig växt som blommor och sätter frukt regelbundet, vanligen varje år; se flerårig växt” (NE, u.å).

”**Perenner** (av lat. *per* för/genom, *annus* år) är fleråriga örtartade växter som vissnar ner på vintern och börjar växa igen på våren.”(Perenner, 2013, 9 Mars).

4. Metod

4.1 Intervjuer

Jag har valt att använda mig av semistrukturerade intervjuer¹ för min studie. Jag har utfört intervjuerna genom ett personligt möte eller via telefon med någon representant på var och en av de utvalda handelsträdgårdarna. Jag har utfört fyra intervjuer på Åland samt fyra i Gävle/Sandviken hos handelsträdgårdar utan särskild ekologisk inriktning. Jag har även utfört två intervjuer med trädgårdshandlare med försäljning och produktion av ekologiska perenner på Öland och i Kyrkhult, Blekinge för att få synpunkter från ett annat håll. Dessa åtta plus två, totalt tio stycken handelsträdgårdar utgör mina två intervjugrupper. Intervjuerna ägde rum mellan den 16 Oktober och den 7 November 2014. De flesta gjordes per telefon och några vid ett personligt möte med respondenterna. Själva urvalet av de valda handelsträdgårdarna för intervjuerna är baserat på att de ska ha någon slags försäljning av egenodlade eller inköpta perenna växter i sitt sortiment och bedriva butiksverksamhet och därmed ha daglig kontakt med kunder. Jag undersökte vilka aktörer som fanns på trädgårdsmarknaden i Gävle/Sandviken och på Åland via internet och frågor till boende i respektive samhälle. Därefter tog jag kontakt med de åtta som jag fann mest lämpliga för min undersökning. De två handelsträdgårdarna med ekologisk inriktning fann jag genom en sökning på internet och via tips. Intervjuunderlaget som jag använt mig av består av åtta frågor, sex av dem med utrymme för fritt valda formuleringar men också två med givna svarsalternativ med utrymme för kommentarer efteråt. Intervjumaterialet riktat till trädgårdshandlarna med ekologiska perenner består av åtta frågor, tre som sammanfaller med det första intervjumaterialet och fem stycken som är specifikt riktad till dem. Samtliga respondenter har tillfrågats ifall de vill vara anonyma i uppsatsen och samtliga har avböjt.

1 Formulerade frågor, samma ordningsföljd på frågorna, fixa eller öppna svar, kvalitativ analys (Sallnäs, E. u.å).

4.2 Litteratur

Jag använder mig främst av vetenskapliga artiklar som underlag i min resultatdel men även en del elektroniska källor samt information från mer populärvetenskapliga artiklar. Omfattade sökningar har gjorts i både Discovery, ScienceDirect och Google scholar, där det kan konstateras att inte mycket har skrivits i ämnet Ekologiska perenner, deras efterfrågan hos konsumenter och certifiering.

4.3 Metodmotivering

Genom litteratursökningen under den inledande fasen av uppsatsen så visade det sig att källor rörande mitt valda undersökningsområde var få. Det visade sig också genom en sökning i databasen för publicerade arbeten DIVA, att ämnet ekologiska perenner inte behandlats i någon tidigare uppsats inom trädgårdsmästarprogrammet i Gävle. Detta motiverade ämnesvalet, att ingen tidigare ägnat sig åt ämnet.

Baserat på att det finns synnerligen få källor rörande handel och efterfrågan med ekologiska perenner, i världen och främst i Norden, så har jag därför valt att använda mig av intervjuer som en del av min metod för uppsatsen. Eftersom att frågeställningen berör specifikt Åland och Gävle/Sandviken så är intervjuer det bästa sättet att få en första överblick rörande kundefterfrågan och trädgårdshandelns inställning till ekologiska perenner.

5. Avgränsningar

Min undersökning kommer att beröra fyra trädgårdshandlare på Åland och fyra i Gävle/Sandviken samt två trädgårdshandlare med ekologiska växter på Öland och i Kyrkhult, Blekinge. En större geografisk spridning vore intressant men ej aktuellt inom ramen för denna uppsats.

Jag kommer inte att undersöka marknaden ur ett ekonomiskt lönsamhetsperspektiv utan endast den upplevda eller antagna efterfrågan hos de intervjuade yrkesverksamma personerna.

Min undersökning kommer inte att innehålla intervjuer med kunderna själva utan endast trädgårdshandlarnas upplevda efterfrågan på ekologiska perenner hos sina kunder.

Rörande min internationella överblick i resultatdelen så kommer den att beröra USA samt Tyskland för att det är de länderna som jag hittat skrivet material om.

6. Resultat

6.1 Introduktion

Resultatet redovisas här uppdelat under rubrikerna intervjuer samt litteratur. Intervjuerna redovisas en fråga i taget i tabellform där ett svar för varje enskild respondent finns med. Först följer resultatet från de åtta trädgårdshandlarna på Åland och i Gävle/Sandviken, därefter de från Öland och Kyrkhult, Blekinge. Sist i intervjuavsnittet finns en syntes där intervjuresultaten sammanfattas för att underlätta för läsaren. Resultatet från litteraturen redovisas i löpande text med underrubriker för varje tema.

6.2 Intervjuer

Jag har utfört totalt åtta stycken semistrukturerade intervjuer, fyra stycken på Åland och fyra stycken i Gävle/Sandviken. Intervjuerna består av åtta frågor. Jag har valt att redovisa resultatet från dessa i tabellform med frågan skriven högst upp. En tabell för varje fråga med en kolumn för respondenterna och en för svaren de givit. Svaren är editerade för att endast få med den del av svaret som är relevant för frågan. För att komplettera dessa åtta intervjuer så har jag även utfört två intervjuer med trädgårdshandlare som säljer och producerar ekologiska och i ett fall KRAV-märkta perenner. Majoriteten av frågorna från första intervjugruppen har skrivits om för att anpassas för en affärsverksamhet med tydlig ekologisk profil.

6.2.1 Intervjuer med åtta trädgårdshandlare i Gävle/Sandviken och på Åland

Jag har intervjuat följande personer från följande företag:

1. Carola Arnaryd – Hedvigs Trädgård – Gävle
2. Nina Holmgren – Bernö Trädgårdscentrum - Sandviken
3. Bo Karlsson – Strömsbro Handelsträdgård – Gävle
4. Åke Wennberg – Wennbergs handelsträdgård - Gävle
5. Gerd Karlsson – Blomstallet - Åland
6. Anneli–Carina Söderlund – Sandåsen Handelsträdgård - Åland

7. Rune Söderlund – Söderlunds växthus - Åland
 8. Tina Östman – Rosenblads trädgårdsbutik - Åland

Tabell 1

Fråga 1: Säljer er affärsverksamhet ekologiskt märkta perenner?

Respondent	Svar
Carola Arnaryd - Gävle	Nej
Nina Holmgren - Sandviken	Nej
Bo Karlsson - Gävle	Nej
Åke Wennberg - Gävle	Nej
Gerd Karlsson - Åland	Nej
Anneli–Carina Söderlund - Åland	Nej
Rune Söderlund - Åland	Nej
Tina Östman - Åland	Nej

Tabell 2

Fråga 2: Om inte motivera varför.

Svarsalternativ:

- A) Bedömer marknaden/efterfrågan som för liten
 B) För ekonomiskt olönsamt – de blir för dyra
 C) Inget eget intresse
 D) Ingen existerande leverantör av sådant växtmaterial
 E) Annat..

samt eventuell kommentar av vikt

Respondent	Svar
Carola Arnaryd - Gävle	A) och D) – aldrig kommit in någon kund som frågat efter ekologiska perenner.
Nina Holmgren - Sandviken	A) och D) – Vi har inte letat efter leverantör för vi är nöjda med vår nuvarande.
Bo Karlsson - Gävle	D)
Åke Wennberg - Gävle	E) – har aldrig reflekterat över det och om det skulle finnas en efterfrågan. Ekologi är något man stoppar i mun.
Gerd Karlsson – Åland	D)
Anneli–Carina Söderlund - Åland	D) – Aldrig blivit erbjudna
Rune Söderlund - Åland	A) och D) - Ätbara saker finns det efterfrågan

	på.
Tina Östman - Åland	A) och D) Kryddor är mest efterfrågan på som ekologiska, också de som är möjliga att få tag på.

Tabell 3

Fråga 3: Upplever du att det finns en efterfrågan på ekologiskt framtagna perenner i er kundkrets?

Svarsalternativ:

A) Stor

B) Måttlig

C) Liten

D) Obefintlig

samt eventuell kommentar av vikt

Respondent	Svar
Carola Arnaryd - Gävle	D) – Snittblommor finns det efterfrågan på, men inte så stort utbud av dem hos leverantörer.
Nina Holmgren - Sandviken	C) – Finns alltid.
Bo Karlsson - Gävle	C) – Någon har frågat men mest om kryddor.
Åke Wennberg - Gävle	D)
Gerd Karlsson - Åland	C) – inte helt obefintlig.
Anneli–Carina Söderlund – Åland	D) – kan ej minnas att någon skulle ha frågat.
Rune Söderlund – Åland	D) - Aldrig hört någon som skulle ha frågat om ekologiska perenner.
Tina Östman - Åland	C) – Några som frågat men ej större efterfrågan ännu.

Tabell 4

Fråga 4: Vilka enskilda faktorer skulle vara mest motiverande för er affärsverksamhet att börja sälja ekologiska perenner? Om ni redan säljer: Vilka är de enskilda mest motiverande faktorerna för er affärsverksamhet att sälja ekologiskt märkta perenner?

Samtliga respondenter har svarat på den första delen av fråga fyra, eftersom att ingen av de tillfrågade i dagsläget säljer ekologiska perenner.

Respondent	Svar
Carola Arnaryd - Gävle	Att kunna profilera sig med denna försäljning, hälsoaspekten. Att någon närproducent skulle odla dem.

Nina Holmgren - Sandviken	Större efterfrågan.
Bo Karlsson - Gävle	Större efterfrågan, bättre priser – att de ej blir för dyra.
Åke Wennberg - Gävle	Lönsamhet i att sälja dem.
Gerd Karlsson - Åland	Att mina leverantörer tar in dem.
Anneli–Carina Söderlund - Åland	Efterfrågan hos kunderna. Jag är personligen motiverad att sälja ekologiska produkter.
Rune Söderlund – Åland	Stor efterfrågan hos kunderna och försäljning med stor lönsamhet.
Tina Östman – Åland	Större efterfrågan, hitta leverantör med bredare sortiment

Tabell 5

Fråga 5: Går det att få tag i ekologiska perenner hos några av era leverantörer? Om ja, Hos vilka?

Respondent	Svar
Carola Arnaryd - Gävle	Nej
Nina Holmgren - Sandviken	Vet ej
Bo Karlsson - Gävle	Nej
Åke Wennberg - Gävle	Vet ej
Gerd Karlsson - Åland	Jagar det ej aktivt. Ibland finns det men för det mesta inte.
Anneli–Carina Söderlund – Åland	Nej
Rune Söderlund – Åland	Bara kollat två och de har inte.
Tina Östman - Åland	Nej

Tabell 6

Fråga 6: Om nej: Om en leverantör skulle ha ekologiska perenner i sitt sortiment, skulle ni överväga att bli återförsäljare av dem?

Eftersom att alla respondenter svarat nej eller att det för det mesta inte finns, så har alla svarat på fråga sex.

Respondent	Svar
Carola Arnaryd – Gävle	Ja, men ej om de är för dyra. Om vi skulle ligga i stockholmsområdet skulle det gå bättre. Vi konkurrerar med kedjeföretag. Kunderna vill ha billiga växter.
Nina Holmgren – Sandviken	Ja, om det erbjöds och efterfrågan ökade.

Bo Karlsson – Gävle	Ja. En fråga om pris och köpmotstånd. Allt styrs mot ekologiskt.
Åke Wennberg - Gävle	Nej. Odlar ligger närmare till hands än bara sälja. Handlar om lönsamhet.
Gerd Karlsson - Åland	Ja absolut
Anneli–Carina Söderlund – Åland	Jo, då skulle vi kunna kolla marknaden med våra befintliga kunder.
Rune Söderlund – Åland	Om det finns efterfrågan och någon leverantör.
Tina Östman – Åland	Jo.

Tabell 7

Fråga 7: Saluför ni plantor som hör till någon annat existerande kvalitetsmärkning? Te x E-plant.

Respondent	Svar
Carola Arnaryd - Gävle	E-plant på fruktträd. Vet ej med perenner.
Nina Holmgren - Sandviken	E-planta och Svenskt Sigill.
Bo Karlsson – Gävle	E-plant ökar. Kunder frågar direkt efter dem. Fråga om marknadsföring.
Åke Wennberg - Gävle	Nej
Gerd Karlsson - Åland	Nej, inte insatt. Leverantör satsar mer på kvalitet än märkning.
Anneli–Carina Söderlund – Åland	E-plant. Kunder frågar efter dem.
Rune Söderlund – Åland	Nej
Tina Östman – Åland	E-plant har vi haft mycket och den finska motsvarigheten Finn-plant.

Tabell 8

Fråga 8: Tror du att utvecklandet av ett certifierings och klassificerings system (hos te x KRAV, GRO och Svenskt Sigill) för ekologiska perenner är en förutsättning för att produktionen av och därefter handeln med dessa ska öka?

Respondent	Svar
Carola Arnaryd – Gävle	Ja. Ska uppmärksammas med märkning för kunder är skeptiska. Gårdsförsäljning utan märkning går säkert men ej för oss som säljer från leverantörer.
Nina Holmgren – Sandviken	Ja. Men vi har haft ekologiska kryddor och de säljer dåligt. Kunder säger att de vill ha dem men köper sedan de billigare.

Bo Karlsson – Gävle	Ja det tror jag. För att det ska kunna slå igenom riktigt.
Åke Wennberg – Gävle	Kan göra det. Någonstans måste det börja.
Gerd Karlsson – Åland	Folk är ej fokuserade på ekologiskt om de inte ska äta det. Konsumenten har inte tillräckligt med kunskap. Måste uppmärksamma något negativt, som utsläpp i miljön först.
Anneli–Carina Söderlund – Åland	Svår fråga. Alla är positiva till ekologiskt men ej beredda att betala ett högre pris.
Rune Söderlund – Åland	Grundförutsättning. Lättare att sälja ”brands”. Kunden måste veta vad de köper.
Tina Östman – Åland	Åtminstone KRAV vet många kunder vad är för något. Det finns efterfrågan på deras produkter.

6.2.2 Intervju med trädgårdshandlare med ekologisk och KRAV-märkt profil på Öland samt en odlare med ocertifierade ekologiska perenner i Blekinge.

Jag har valt att intervju följande återförsäljare och odlare av ekologiska perenner:

1. Anneli Brunberg – Capella gårdens trädgårdsbutik och plantskola – Öland
2. Tuija Finnilä – Tuijas Växter – Kyrkhult, Blekinge

Tabell 9

Fråga 1: Säljer er affärsverksamhet ekologiska perenner?

Respondent	Svar
Anneli Brunberg – Öland	Ja
Tuija Finnilä - Kyrkhult	Ja

Tabell 10

Fråga 2: Är era ekologiska perenner märkta med någon certifieringsstandard eller eko märkning?

Respondent	Svar
Anneli Brunberg – Öland	KRAV-märkt.
Tuija Finnilä - Kyrkhult	Nej. För stora kostnader.

Tabell 11

Fråga 3: Är dessa egenproducerade, från andra producenter eller både och?

Respondent	Svar
Anneli Brunberg – Öland	Egenproducerade
Tuija Finnilä - Kyrkhult	Både och.

Tabell 12

Fråga 4: Vilka är de enskilt mest motiverande faktorerna för er affärsverksamhet att sälja ekologiskt märkta perenner?

Respondent	Svar
Anneli Brunberg – Öland	Miljön. Vår miljöprofil här Capellagården har funnits med sedan 60-talet. KRAV-märkta har vi varit de senaste tio åren.
Tuija Finnilä - Kyrkhult	Miljötänk och vill ej få gifter i vårt eget dricksvatten från brunnen.

Tabell 13

Fråga 5: Tror du att utvecklandet av ett certifierings- och klassificeringssystem (hos t ex KRAV och Svenskt Sigill) för ekologiska perenner är en förutsättning för att produktionen av och därefter handeln med dessa ska öka?

Respondent	Svar
Anneli Brunberg – Öland	Möjligen. KRAV har lite krångliga regler och många kanske drar sig för att ansluta sig. Vi är idealister.
Tuija Finnilä - Kyrkhult	Nej

Tabell 14

Fråga 6: Levererar ni till återförsäljare eller säljer ni era produkter endast i gårdsbutik? Motivera varför.

Respondent	Svar
Anneli Brunberg - Öland	Bara gårdsbutik. - Vi är för få i personalen och har för lite utrymme för att ha en större produktion.
Tuija Finnilä - Kyrkhult	Direkt till konsumenter endast. Har ej utrymme för större produktion.

Tabell 15

Fråga 7: Vad är det som skiljer ekologiskt odlade perenner mot konventionellt odlade enligt dig?

Respondent	Svar
Anneli Brunberg - Öland	Ekologiska kräver mer jobb i produktionen med gödsling och ogrärensning. Vi skämmer inte bort våra plantor och de blir bättre härdade eftersom de får stå ute och är inte pådrivna för att vara vackra i butik. Våra perenner är lite mindre på våren men klarar sig nog bättre hemma hos kunderna. Detta är svårt att lära kunderna dock.
Tuija Finnilä - Kyrkhult	Inga gifter och naturgödsling. Växterna blir tyvärr inte lika fina som besprutade och de blir dyrare. Kan skrämman många kunder som tänker med plånboken.

Tabell 16

Fråga 8: Upplever ni efterfrågan på ekologiska perenner i er kundkrets?

Respondent	Svar
Anneli Brunberg – Öland	Jag tror inte att KRAV-märkningen drar kunder i sig. Stora flertalet bryr sig inte utan tycker det är en bonus. För tio år sedan blev de nästan irriterade när vi poängterade vår KRAV-märkning. De senaste fyra åren har jag anat en mer positiv inställning till KRAV-märkningen. På det ätbara får vi positiv respons när det är ekologiskt. Jag tror det hela är på växande – efterfrågan kommer att öka och inställningen kommer att bli mer positiv. Vi får vara idealister.
Tuija Finnilä - Kyrkhult	En del men de flesta tittar fortfarande bara på priset.

6.2.3 Intervjusyntes

Ingen av de tillfrågade trädgårdshandlarna på Åland och i Gävle/Sandviken säljer ekologiskt märkta perenner (Tabell 1). Sju av åtta respondenter motiverar detta med att leverantörer av ekologiska perenner saknas. Fyra av dessa sju lägger också till för liten efterfrågan hos kunderna som en förklaring. En svarar att han aldrig reflekterat över ekologiska perenner och varför han inte säljer dem (Tabell 2). Efterfrågan på ekologiska perenner hos sin kundkrets bedömer fyra som obefintlig och fyra som liten (Tabell 3).

Det som skulle motivera dessa åtta att börja sälja ekologiska perenner mest är större efterfrågan. Att hitta en leverantör och att sälja deras produkter med lönsamhet är två andra viktiga faktorer. En respondent nämnde profilering och en annan egen motivation som viktiga faktorer (Tabell 4). På frågan om det går att få tag i ekologiska perenner hos deras leverantörer svarar fem nej och två vet ej. En respondent svarar att det ibland förekommer men för det mesta inte (Tabell 5). Om ekologiska perenner skulle erbjudas hos någon av deras leverantörer skulle sju av åtta överväga att köpa in dem. En svarar nej, han skulle hellre odla dem (Tabell 6). E-planta är den övervägande vanligaste märkningen som dessa trädgårdshandlare har i sitt sortiment, någon har en finsk motsvarighet till E-planta och Svenskt Sigill. Tre säger att de inte saluför någon särskild märkning (Tabell 7). På frågan om utvecklandet av ett certifieringssystem skulle vara en förutsättning för att öka handeln och efterfrågan så är de sex stycken respondenter i någon mån positiva. Två uttrycker tveksamhet, för lite kunskap och högre priser ses som ett större hinder till ökad handel (Tabell 8).

De två trädgårdshandlarna med ekologisk profil säljer båda ekologiska perenner (Tabell 9). En av dem är märkta med en ekologisk certifieringsstandard (KRAV) och en inte (Tabell 10). En av dem saluför egna växter och en både egna och andra producenters (Tabell 11). Den största motivationsfaktorn till att sälja ekologiska perenner är miljön (Tabell 12). En av respondenterna är öppna för att utvecklandet av ett certifieringssystem för ekologiska perenner kan öka produktion och efterfrågan, den andra svarar nej (Tabell 13). De säljer båda sina växter direkt till kunderna, ingen leverans till andra återförsäljare (Tabell 14). Skillnaderna mellan deras ekologiska perenner och andra konventionella perenner är att inga gifter och konstgödsel används, mer arbetsintensiv produktion, mindre plantor och möjligen bättre hållbarhet ute hos kunden (Tabell 15). Efterfrågan på ekologiska perenner upplever de båda respondenterna som liten. En av dem uttrycker att kunderna tänker bara på priset medan den andra upplever en mer positiv attityd till ekologiska växter under de senaste åren (Tabell 16).

6.3 Litteratur

6.3.1 Den ekologiska trenden

Vid en närmare undersökning av marknaden på olika informationsplattformar såsom internet, databaser med vetenskapliga artiklar så finns det få källor rörande ekologiska perenner. Information om ekologiska snittblommor finns det mera av. Ekologiskt märkta snittblommor säljs i buketter i dagligvaruhandeln (Belli, B. 2007).

Enligt Behe, B., Campbell, B., Dennis, J., Hall, C., Lopez, R., Yue, C., (2010) och (2011) så har det uppkommit en grön trend i USA hos plantskolorna, flera har börjat ställa om sina odlingar från konventionella till ekologiskt hållbara. De återanvänder material, sparar på resurser såsom vatten och el och de har slutat gödsla och spruta sina växter med konventionella medel. De använder sig av biologisk bekämpning med bl a rovkvalster. Flera av dessa odlare är inte certifierat ekologiska och inte heller hundra procentigt ekologiska genom hela odlingsprocessen. Dessa odlare säljer ofta sina odlade perenner själva i anknytning till odlingen (Bagett, P. 2011). Det är få större odlare som har satsat på att odla ekologiskt, mycket på grund av ekonomiska anledningar. I lågkonjunktrens spår köper färre människor hus och färre nya trädgårdsägare uppkommer följaktligen. Marknaden är hårt pressad och man väntar på att efterfrågan hos kunderna ska öka före man vill göra någon satsning på att ställa om till ekologisk produktion. För att pressa producenterna till att producera måste konsumenterna börja efterfråga ekologiskt framtagna växter, och däribland perenner. Att efterfrågan saknas är en av de stora anledningarna till att vi ser så få ekologiska plantor i handeln (Ziegler, B, u.å).

Behe, B., Campbell, B., Dennis, J., Hall, C., Lopez, R., Yue, C., (2010) menar att det finns en föreställning om att den ökade medvetenheten om den egna hälsan i USA också har ökat efterfrågan på ekologiskt framställda produkter, däribland perenna växter. Enligt samma amerikanska undersökning så är efterfrågan på ekologiska perenner hos konsumenterna inte lika stor som på ekologiska grönsaker. Skillnaden mellan dessa två produkter beror mycket på hälsoaspekten för den egna kroppen som inte är lika tydlig då vi pratar om dekorativa växter som när vi pratar om ätbara växter. Kunderna har i den här undersökningen uttryckt mera intresse för lokalt producerade perenner och komposterbara krukor än för ekologiskt framtagna perenner. Men forskarna kan ändå se ett samband mellan ett ökat intresse för ekologisk mat och ekologiska perenner, att de följs åt. Efterfrågan på ekologiska produkter inom flera andra områden ökar långsamt. Konsumenterna ser sig själva som i allt högre grad ansvarstagande kring sin egen miljöpåverkan. Åldern spelade en roll för hur intresserad kunden sade sig vara av ekologiska perenner. Yngre personer samt personer med små barn hade ett större intresse för ekologiskt framtagna perenner än de äldre personerna. Kunder som redan köpte och använde ekologiska livsmedelsprodukter var mera benägna att köpa ekologiska perenner. De var överlag mer oroade över miljön och mer intresserade av att köpa produkter som var producerade på ett hållbart sätt. Personer som köpt perenner inom det senaste året var också mer intresserade av att köpa ekologiska perenner än de som inte köpt perenner det senaste året.

Inte bara omsorg om den egna hälsan ökar, utan även ansvarskänslan för miljön och vad de produkter som man köper har för miljöpåverkan. Här öppnas en ny marknadsnisch för producenterna menar Behe, B., Campbell, B., Hall, C., Khachatryan, H., Dennis, J., Yue, C. (2013). Ekologiskt framtagna växter tenderar att vara mindre i storleken än de konventionellt odlade men kostar mera. Metoderna är också mer arbetsintensiva och även utrymmeskrävande. De ekologiskt framtagna växterna har enligt Barth, B (u.å) fördel i att inte vara lika känsliga för omplantering som de konventionellt odlade är. De konventionellt odlade är nämligen vanligen odlade i små krukor med jord som är full av gödning och konstgjorda jordförhållanden. För de som värdesätter att äta ekologisk och hållbart odlade livsmedel så är ekologiska perenner och växter ett sätt att gå ett steg längre i sitt engagemang för miljön och stöda odlarnas ekologiska odlingsmetoder. Utbudet är än så länge mycket begränsat jämfört med det konventionellt odlade (Barth, B, u.å).

Det uppskattas att konsumenter i USA skulle vara beredda att betala upp till 15% högre pris för ekologiskt framtagna hortikulturella produkter än för de konventionellt framtagna. Kunder som köper örtartade växter är mer medvetna om miljön och köper mer ekologiskt i större utsträckning än de som köper vedartade plantor (Burnett, S., Mattson, N., Krug, B., Lopez, R., 2011).

En intressant studie om grön certifiering inom främst livsmedel, säger att ”ekocertifiering” och deras logotyper är särskilt viktiga för att kunderna ska kunna lita på produkten verkligen är ekologisk. Detta för att de inte kan avgöra själva ifall varan faktiskt är just ekologisk och giftfri. Tilliten till de olika märkningarna bör därför vara hög för att kundernas efterfrågan ska vara densamma. Designen spelar en viss roll och igenkänningen av en viss logotyp (Janssen, M & Hamm, U. 2011).

6.3.2 USA

Burnett, S., Berg Stack, L., (2009); Dennis, J., Lopez, R., Behe, B., Hall, C., Yue, C., Campbell, B., (2010) hävdar att konsumenters personliga ansvar för miljön och deras omsorg om sina inköp och därigenom indirekt deras miljöpåverkan växer. De anser att den ekologiska odlingen är säkrare och bättre för miljön. Den här kundgruppen kan representera en ny marknad och möjlighet för odlare. De kan locka intresserade kunder och generellt yngre kunder som också är mer intresserade av t ex ekologisk mat än äldre kunder. Den här utvecklingen har lett till att den ekologiska produktionen av perenner och prydnadsväxter har ökat i USA. Den första ekologiska plantskolan öppnade 1986 i Kalifornien. Sedan 2004 har ekologiska plantskolor ökat med 83%, många av dessa med plats för grönsaksodling eller örter dock. En studie visar att 2005 fanns det 3331 certifierade ekologiska

plantskolor i USA, det betyder en drastisk ökning med tanke på att 2002 uppgick antalet till endast 121 stycken (Roberts, K, u.å). Försäljningen av dessa ekologiskt märkta perenner och prydnadsväxter sker i andra alternativa kanaler till handelsträdgårdar och livsmedelsbutiker. Dessa alternativa försäljningskanaler kan vara internet, olika lokala grupper och lokala marknader. I USA har flera konventionella odlare av perenner börjat integrera och provodla ekologiska perenner för att efterfrågan hos kunderna har ökat. Även om studier visar att efterfrågan har ökat så har det mesta av forskningen och studierna fokuserat på efterfrågan och odlingsmöjligheter kring grönsaker och ätbara växter. Den största oron hos producenterna är att marknaden inte är villig att betala det högre priset för ekologiska perenner. Dennis, J., Lopez, R., Behe, B., Hall, C., Yue, C., Campbell, B., (2010) menar att 41% av odlarna säger sig odla ekologiskt men har inte anslutit sig till befintliga certifieringssystem för att de är för dyra och tidsödande. Mycket lite forskning har gjorts på kunders efterfrågan eller själva den ekologiska odlingen i sig. Här finns en lucka att fylla för att öka efterfrågan och produktionen av ekologiska perenner.

Två program har startat för att underlätta för småskaliga odlare som vill bli ekologiskt certifierade. En av dem heter VeriFlora (www.veriflora.com) som vägleder och ser till att odlare håller sig till miljövänliga och hållbara metoder. Den andra heter Circle of Life (www.circleoflifeplants.com) och marknadsför växter odlade med hållbara odlingsstrategier i nedbrytbara krukor till privata konsumenter (Roberts, K, u.å).

Davis, T, (2012) har med två stycken citat på sidan 48 – 49 i sin artikel som illustrerar tankar rörande efterfrågan på ekologiska perenner hos personer som jobbar med odling. Det första citatet är från Chris Phyle, som är försäljningsansvarig på Rohde's Green Sense, en plantskola i USA som specialiserat sig på ekologiska växter. Det andra citatet är från Suzanne Wainwright-Evans, som jobbar med rådgivning om insektsprogram till odlare runt om i USA på Buglady Consulting.

”Absolutely we get that request,” Pyle said. ”I’m sure I was asked that question at least 20 times last week. People want to know, from seed to the finished pot, has that plant been grown completely in accordance with organic principles?”

”I dont know if that market is big enough or not,” Wainwright-Evans said. ”More likely , I think there would be a better market for growers that promoted their products as more eco-friendly rather than truly organic.”

6.3.3 Tyskland

Den ekologiska produktionen av perenner, träd och buskar står för en procent av den totala produktionen. Ekonomiskt sätt så står den för under en procent av den totala försäljningen av perenner, träd och buskar på marknaden. Marknadsföring sågs av de ekologiska producenterna som det största problemet och hos återförsäljarna så var kontinuiteten av kvalitetsvaror ett problem när de handlade med odlarna av ekologiska perenner. I Tyskland saknas ekologiska standards för denna typ av odling, likaså kunniga kontrollanter och rådgivande enheter. Industrin är fortfarande i ett tidigt stadium. Forskning saknas nästan helt på området och det behövs för att odlare ska våga satsa, kunder ska efterfråga och handeln ska ta fart (Billman, B., Schaser, J., Schluter, D., Schorn, W., 2005). I en avhandling av Kempkens, K., Billmann, B. (2009) framkommer att konsumenterna i Tyskland främst förknippar ekologiska plantor med kryddor och ätbara växter. Efterfrågan på ekologiska växter saknas hos de stora trädgårdskedjorna, det skulle behövas för att motivera producenterna att ställa om till ekologisk produktion. Efterfrågan på ekologiskt odlade perenner ökar dock hos de tyska kunderna, men för att handeln ska ta fart så förutsätter det att det tas fram en nationell märkning och certifiering av dessa växter. För att efterfrågan hos konsumenterna ska öka ännu mer så behöver producenterna bli bättre på marknadsföringen av fördelarna med ett att köpa ekologiska perenner. Dessa kan vara bättre hållbarhet, giftfria växter och omtanke om miljön.

6.3.4 Samarbete mellan EU och USA

Sedan 2012 är det möjligt att sälja ekologiska produkter (däribland växter) mellan Europeiska Unionen och USA utan att behöva byta ekomärkning när produkten byter kontinent. Detta gör att det blir mindre byråkrati och kostnader för producenterna och det stärker hela den ekologiska marknaden. Det bidrar också till ökat förtroende och erkännande hos kunderna. Det kan ses som ett viktigt steg i samarbetet mellan jordbrukssektorn i EU och USA (Davis, T., 2012).

6.3.5 GRO

GRO (Gröna näringens riksorganisation) har ingen kvalitetsmärkning av ekologiska perenner. De har heller inget regelverk eller krav på perenner som får kallas ekologiska. De har regler och krav på produktionen av perenner i allmänhet, exempelvis rörande storlek och hantering av växterna (GRO, 2012).

Det står att läsa i GRO (2012) att perenner ska vara väl avmognade och av god fysiologisk

kondition och de poängterar att de tyvärr inte har praktiskt användbara metoder att använda sig av för att enkelt mäta fysiologisk kvalitet i fält. Den fysiologiska kvaliteten säkerställs genom att använda sig av god odlingsteknik, rätt upptagningstid, optimalt lagringsklimat, att hantera växterna skonsamt i distributionsledet och att omhänderta plantorna på rätt sätt på anläggningsplatsen. Vid en okulärbesiktning så ska växterna inte ha torkskador, döda partier, brända blad, döda rötter, ohyra osv. Under en rubrik med regler särskilt för krukodlade perenner står att läsa att det ska anges förökningsmetod: F = fröförökat, TC/M= Mikroförökat, V=Vegetativt förökat. Krukklumpen ska vara genomrotad men inte med rötter utanför krukans vilket äventyrar etableringsförmågan. Frilandsodlade perenner ska märkas som sådana. Kvalitetsbeteckning ska anges: A – C kvalitet och de ska levereras i optimal krukstorlek för den aktuella växten. Pluggplantor och solitärkvalitet är de andra två listade kvalitetstyperna. Solitärkvaliteten ska levereras i minst en två liters kruka. Perennerna ska vara avhärdade vid leverans på våren, etiketterade och inte äldre än två år utan omplantering.

6.3.6 Svenskt Sigill

Enligt Svenskt Sigill (2012) är Svenskt Sigill idag den största standardmärkningen av prydnadsväxter på den svenska marknaden. Svenskt Sigill har endast standard för kvalitetssäkrad produktion och tillval för klimatcertifiering men ingen märkning eller certifiering av Ekologiska perenner. Om produktionen av en produkt följer strängare regelverk såsom att inte använda fossila bränslen, köpa grön el och spara energi så får de märkas med tillvalsmärkningen och blir därmed enligt Svenskt Sigills standard klimatcertifierade. Är en produkt märkt med Svenskt Sigill så betyder det att produkten/livsmedlet är säkert, att det är god djurhållning samt att produkten är producerad med miljöansvar för resurser och klimatpåverkan. De har höga krav på minskad miljöpåverkan. Men ekologiska kan dessa produkter ändå inte kallas för mineralgödsel och sprutning med växtskyddsmedel tillåts, även om dessa ska användas restriktivt och begränsat (Svenskt Sigill, 2012).

Svenskt Sigill (2012) innefattar regler för användningen av mineralgödsel, såsom att tillförseln ska planeras och journalföras. Mineralgödslet ska tillföras i ett smalt band över grödan vid radodling på friland och det ska finnas en dokumentation över näringsinnehållet (NPK) i mineralgödslet. Ett mineralgödsel vars tillverkning använder metoder med låg miljöpåverkan och själva gödslet bör ha låg kadmiumhalt. Skyddsavstånd till vattendrag vid växtskyddsbehandlingar och gödselspridning bör tillämpas. Det står även att biologisk bekämpning ska användas vid växtskyddsåtgärder om

möjligt och att den lägsta nivån av växtskyddsmedel bör användas. Reglerna inom Svenskt Sigill är uppdelade i tre steg, vissa är prio ett och är ett minimum för att få märkas med Svenskt Sigills emblem. Andra regler bör ses mer som riktlinjer som ska eftersträvas. Svenskt Sigill sammanfattar själva sina produkter som svenskodlade med höga krav på reducerad miljöpåverkan.

6.3.7 KRAV

Enligt Hermann Leggedör (personlig kommunikation 23 oktober 2014) så finns inte mycket information inom KRAV som är särskilt inriktad på perenna växter att tillgå. Men det framkommer ändå tydligt vilket regelverk en produktion av KRAV- märkta perenna växter ska följa. Ekologiska plantor ska användas för att kunna producera plantor som producenten samma odlingsår tänker sälja som ekologiska. Man kan använda konventionellt odlade sticklingar för produktion av KRAV-perenner men måste då under två odlingsår bedriva odlingen enligt KRAV:s regelverk för att få KRAV märka sin produkt. Det får inte förekomma plantmaterial, frön eller sticklingar med ursprung i genmodifierade organismer, GMO. Inom KRAV produktion får det heller inte förekomma kemiska eller syntetiska växtskyddsmedel samt inget användande av syntetiska gödselmedel. Samma regler som gäller för andra KRAV-produkter kan tillämpas för en produktion av ekologiska perenner. Då de uppfyller dessa regler blir de KRAV-märkta och uppfyller KRAV:s kvalitetskrav.

KRAV (2013) hävdar att för att en planta ska kunna märkas med KRAV får inte GMO förekomma i frökällor eller förökningsmaterial, det får inte förekomma några kemiska bekämpningsmedel utan endast KRAV godkänd bekämpning användas, som te x biologisk bekämpning och förebyggande åtgärder. En gödslingsplan ska upprättas för att minimera växtnäringsförluster och själva gödningen ska dokumenteras. Perennerna ska odlas i jord och inte i vattenlösning, detta är bara tillåtet ifall det är frågan om vattenväxter. Många organiska gödslingsmedel får användas med undantag för stallgödsel från en intensiv konventionell produktion. Vissa icke organiska gödselmedel får användas men då i sin rena form. När en odling ställer om sin produktion till KRAV certifierad så tillämpas ofta en karenstid innan produktionen får märkas med KRAV, hur lång den karenstiden är beror på vad som odlats och hur länge det odlats på marken före omställningen.

Enligt Anneli Brunberg (personlig kommunikation 4 november 2014) så får det användas konventionella frön till produktion av KRAV-märkta perenner om inget ekologiskt utsäde finns att tillgå. Konventionella sticklingar får även de användas om du bedrivit produktion i enlighet med KRAV:s regler i minst två år.

6.3.8 E-planta

Kvalitet på en växt som märks med kvalitetsmärkning E-planta ska uppfylla flertalet krav. Växten ska exempelvis vara anpassad för odling i svenskt klimat, vara svenskodlad, vara art-och sortäkt, ha gått igenom provodlingsförsök och den ska hålla en god genetisk kvalitet och sundhet. Certifierade plantor ska ha ett dokumenterat ursprung i en kärnplanta. Med träd och buskar ska även medfölja ett växtpass och i vissa fall även ett avläsningsbart chip i stammen (E-planta, 2011/2012).

7. Diskussion

7.1 Introduktion

Jag har valt att dela in min diskussionsdel i tre underrubriker, där jag först besvarar uppsatsens syfte, frågeställningar och problematiserar dem. Sedan följer en kritisk analys av min uppsats och dess upplägg. Därefter ges förslag på vidare forskning samt reflektioner.

7.2 Svar på syftets frågeställningar

Mitt syfte för denna uppsats var att undersöka trädgårdshandeln i Gävle/Sandviken och på Åland och dess syn på möjligheter med ett ökat utbud av ekologiska perenner. Jag valde ut totalt åtta stycken trädgårdshandlare som jag gjorde intervjuer med för att belysa deras syn på handel med ekologiska perenner.

Ingen av de tillfrågade åtta trädgårdshandlarna sålde ekologiska perenner, vilket var ett väntat resultat redan innan jag inledde mina intervjuer. Frågan om varför de inte hade ekologiska perenner i sitt sortiment blev enhälligt besvarade med att de upplevde marknaden och efterfrågan som för liten och att det inte existerade någon leverantör på marknaden. En respondent sade att han inte ens reflekterat över frågan. Båda ekologiska odlare som jag varit i kontakt med bedrev endast gårdsförsäljning och sålde inte till återförsäljare, vilket kan tas som en indikation på just denna uttalade avsaknad av leverantörer. På frågan ifall de upplevde någon efterfrågan i sin kundkrets så

svarade alla de tillfrågade ”liten” eller ”obefintlig”. Det fanns dock indikationer på att kryddor och ätbara växter efterfrågades oftare.

Detta bekräftas i studien av Behe, B., Campbell, B., Dennis, J., Hall, C., Lopez, R., Yue, C., (2010) som pekar på att konsumenterna efterfrågar ekologiskt i större grad när det kommer till växter för konsumtion och inte gällande dekorativa växter i samma utsträckning. Men samma studie pekar på en uppåtgående trend även för ekologiska perenner eftersom att efterfrågan på dessa två produkter tenderar att följas åt, åtminstone på den amerikanska marknaden. Den ökade medvetenheten om den egna hälsan tros också hjälpa till. Detta kan tolkas som att förutsättningen sedd till kundunderlag för att sälja ekologiska perenner är liten, även om ett utbud kanske kunde tänkas väcka intresse och öka efterfrågan då kunderna ser att det finns.

Den utmärkande enskilda faktor som skulle få de tillfrågade trädgårdshandlarna mest motiverade att börja sälja ekologiska perenner är större efterfrågan hos kunderna. Det uttrycks även krav på lönsamhet och att hitta en leverantör av ekologiska perenner. En trädgårdshandel nämnde även möjligheten att kunna profilera sig med hälsoaspekten av ekologiskt växtmaterial. Ziegler, B (u.å) menar också att en ökad efterfrågan hos konsumenter är en viktig faktor för att få fart på produktion och handel med ekologiska växter. Burnett, S., Mattson, N., Krug, B., Lopez, R. (2011) fann att konsumenter är villiga att betala upp till 15 procent mer för ekologiska produkter, det kunde vara en indikation på hur högt pristaket för ekologiska perenner är hos konsumenterna.

Att få tag på ekologiska perenner hos de intervjuade trädgårdshandlarnas leverantörer verkade inte möjligt, utom i ett fall då det hade existerat någon gång men eftersom att den berörda trädgårdshandlaren inte jagade aktivt så kunde det påståendet inte stärkas ytterligare. Alla trädgårdshandlare utom en skulle kunna tänka sig att sälja ekologiska perenner om de erbjöds sådana av någon leverantör. Flera uttryckte vikten av lönsamhet och att efterfrågan i så fall måste öka. Här kan förutsättningarna inte anses bra, utan leverantör blir det omöjligt att erbjuda ekologiska perenner till kunderna.

Fem stycken av de tillfrågade saluförde E-plant eller växter märkta med något annat certifieringssystem. Två som inte gjorde det framhöll kvaliteten från leverantören som viktigare än en särskild kvalitetsmärkning. Det är oklart huruvida ett certifieringssystem vore nyckeln till ökad handel med ekologiska perenner. Trädgårdshandlarna uttrycker vaga svar om att det kan tänkas göra det. Tanken om att märkningar och igenkänning går hem hos kunderna finns dock. Samma tankar

finns hos Janssen, M & Hamm, U. (2011) där vikten av igenkänning av logotyper framtagna för ekologiska varor uttrycks. Kunderna behöver känna igen ett varumärke och känna förtroende för det.

De internationella erfarenheterna kring ekologiska perenner är avhandlade i vetenskapliga artiklar och de pekar alla på en långsamt uppåtgående trend. Den gröna trenden i flera plantskolor uttrycks av Behe, B., Campbell, B., Dennis, J., Hall, C., Lopez, R., Yue, C., (2010) och (2011). Hur försäljningen av deras plantor går till återspeglas i de två svenska plantskolorna på Öland och i Kyrkhult, de säljs huvudsakligen via gårdsbutik. I USA har produktionen av ekologiska plantor ökat, med 84% mellan 2004 till 2009. Det är oklart hur stor procent av dessa plantskolor som odlar perenner men trenden med ekologisk odling ökar (Burnett, S., Berg Stack, L., (2009); Dennis, J., Lopez, R., Behe, B., Hall, C., Yue, C., Campbell, B. (2010). Tyskland är i en liknande situation som Sverige då det gäller handel med ekologiska perenner, de ekologiska alternativen står för en väldigt liten del (1%) av den totala försäljningen av träd, buskar och perenner och forskning saknas nästan helt inom området (Billman, B., Schaser, J., Schluter, D., Schorn, W., u.å). En faktor som kan leda till ett ökat utbud av ekologiska perenner på den svenska marknaden är samarbetet mellan USA och EU, eftersom importen blir enklare då eko-märkningen inte behöver bytas när växter importeras och exporteras mellan kontinenterna. Kanske kan detta leda till ökat utbud för svenska trädgårdshandlare om inte produktionen i Sverige tar fart?

De existerande certifieringssystemen och kvalitetsstandards på den svenska marknaden som jag undersökt: GRO, E-plant, Svenskt Sigill och KRAV har samtliga ingen specifik kvalitetsanvisning för ekologiska perenner. GRO inriktar sig mer på kvalitet i fråga om storlek och kondition (GRO, 2012), E-plant på det svenska ursprunget, säkra sorter och anpassning för svenskt klimat (E-planta, 2011/2012). Svenskt Sigill har med miljöaspekter i sina certifieringskrav men det är fortfarande tillåtet med konstgödsel och besprutning. Svenskt Sigill reglerar endast dessa och har satt regler för minskad och säker användning av dem (Svenskt Sigill, 2012) . KRAV däremot betyder nolltolerans mot konstgödsel, GMO och besprutning med miljöfarliga ämnen. KRAV har inget specifikt utvecklat regelverk eller manual för odling av ekologiska perenner men det kan ändå utläsas från deras samlade dokument hur en KRAV-odling av perenner ska gå till (KRAV, 2013); Hermann Leggedör (personlig kommunikation 23 oktober 2014). Capellagårdens trädgårdsbutik och plantskola på Öland är KRAV-certifierade, därför kan slutsatsen dras att KRAV:s regelverk går att applicera på odling av perenner.

KRAV-märkningen innebär att växten ska vara producerad utan konstgödsel och miljöskadande metoder, Svenskt Sigill sätter upp mål och riktlinjer för ett miljötank och en strävan mot minskad miljöpåverkan. KRAV är ekologiskt men att det fattas tydliga, specifika ramverk för odling av perenner är en brist. Svenskt Sigill kan inte anses ekologiskt och GRO samt E-plant inriktar sig på utseende, ursprung och anpassning till en viss miljö. Detta kan ses som information om användning och estetik i huvudsak. En ekologisk märkning för perenner skulle tillföra garantier för att växten har producerats på ett miljövänligt sätt utan kemikalier och gifter. Kunden skulle kunna känna sig säker på att perennen som de köper är producerad på ett ekologiskt vis. Här krävs också att begreppet ekologiska perenner utreds och definieras, så att det blir tydligt vad det innebär. Ett ökat intresse för ekologiska produkter skapar en ny kundgrupp inom trädgårdshandeln. Tydliga regler för produktion av ekologiska perenner samt en kvalitetsgaranti att etikettera sina växter med skulle möjligen kunna motivera fler odlare att producera dem. Efterfrågan och utbudet kunde väckas med hjälp av utvecklandet av ett certifieringssystem speciellt för ekologiska perenner.

Intressant skulle också vara att kunna kombinera t ex KRAV:s ekologiska odling och E-plantas sundhetsgaranti. Då är frågan ifall den ekologiska odlingen skulle inverka negativt på övriga certifieringssystemens sundhets- och kvalitetskrav? De bägge odlarna av ekologiska perenner som medverkat i min undersökning menar att ekologiska perenner blir mindre och inte lika estetiska som konventionellt odlade. För att visa ifall detta är en definitiv sanning eller ej behövs mer provodling och forskning med ekologiska perenner.

I intervju svaren lyfts åsikter om att de ekologiska perennerna skulle klara sig bättre vid utplantering eftersom att de inte är lika pådrivna med konstgödsel som de konventionellt odlade perennerna. De ekologiskt odlade perennerna skulle kanske vara mindre estetiskt attraktiva i handeln men sedan klara sig bättre hemma hos kunderna. Denna hållbarhetsaspekt skulle även den vara intressant att undersöka vidare.

7.3 Självkritisk analys

Uppsatsens begränsade undersökningsområde, Gävle/Sandviken och Åland, väcker frågor om uppsatsens begränsningar. Som förut nämnt i avgränsningar så är studien inriktad på endast dessa två geografiska områden och en större spridning hade kunnat ge studien mer tyngd och relevans. Jag valde att vända mig till trädgårdshandlarna och inte till konsumenterna för att få en första bild av efterfrågan och förutsättningar för handel med ekologiska perenner. Att istället göra en

enkätundersökning med konsumenter som deltagare hade också varit intressant och uppsatsen hade på de sättet innehållit direkta förstahandsuppgifter om kundernas preferenser från kunderna själva. Flera av de studier som jag har använt mig av i min resultatdel med litteratur som Behe, B., Campbell, B., Dennis, J., Hall, C., Lopez, R., Yue, C.(2010) och (2011) har använt sig av konsumentundersökningar med hjälp av enkäter. Min studie är istället inriktad på trädgårdshandlarna eftersom att de i sitt dagliga yrke träffar kunder och får en uppfattning av vad de efterfrågar för produkter. Metoden kan ha inverkat på resultatet i det här avseendet, resultatet kunde möjligtvis ha blivit annorlunda ifall studien istället riktat in sig på direkt kontakt med konsumenterna. Prisfrågan tas ofta upp både hos de åtta trädgårdshandlarna och hos de två ekologiska försäljarna, efterfrågan styrs av priset och då är det frågan var smärtgränsen går.

Det generella mönstret i denna studie tyder på att efterfrågan på ekologiska perenner för närvarande kan beskrivas som väldigt liten. Detta antagande kan bara ses i relation till min studies begränsade omfattning och dess geografiska begränsning till Gävle/Sandviken och Åland. Även trädgårdshandlarna på Öland och i Kyrkhult uttrycker att efterfrågan på ekologiska perenner inte är särskilt stor och att mycket av deras motivation till att sälja och odla ekologiska perenner är ideologiskt grundad snarare än grundat på lönsamhet och efterfrågan. Det här indikerar att det fortfarande är plånboken som styr. Det ser vi också när vi tittar på de övriga trädgårdshandlarnas svar, frågan om lönsamhet och vinst finns där hela tiden.

7.4 Förslag på vidare forskning samt reflektioner

Min studie ger upphov till nya frågor och forskningsuppslag inom ämnet ekologiska perenner. Handeln och odlingen i Sverige är än så länge liten och få har hört talas om att den ens finns. Leverantörerna lyser med sin frånvaro och följaktligen även produkterna hos trädgårdshandlarna. Därför kan kanske inte heller efterfrågan hos kunderna väckas. Gerd Karlsson, Blomstallet på Åland uttryckte att kunderna inte har tillräckligt med kunskap. Då är frågan: Vad kommer först? Efterfrågan eller utbudet?

Mitt förslag på vidare forskning är en djupgående konsumentanalys om hur de svenska kunderna ställer sig till ekologiska perenner och om de är beredda att betala ett högre pris för sina ekologiska plantor. En analys av vad som skulle behövas för att få fler odlare beredda att ställa om till ekologisk odling skulle även det vara intressant att utföra. Plantskolornas belastning på miljön och naturresurserna borde uppmärksammas mer än den gör idag. Att odla perenner för trädgårdshandeln

på ett ekologiskt sätt som inte förorenar miljön och släpper ut gifter borde vara en del av det miljömedvetna samhället. Frågan om ekologiska perenner är väldigt ny och jag känner att min uppsats har tagit ett första steg för att belysa utbudet av och efterfrågan på dessa växter.

8. Referenslista

8.1 Tryckta källor

Bagett, Pam. (2011). "Growers go green" *Horticulture*, 3, 49-53.

Beccaro, G., Cerutti, A., Vandecasteele, I., Bonvega, L., Donno, D., Bounous, G. (2014).

"Assessing environmental impacts of nursery production: methodological issues and results from a case study in Italy" *Journal of Cleaner Production* 80(2014), 159-169.

Behe, B., Campbell, B., Dennis, J., Hall, C., Lopez, R., Yue, C. (2010). "Gardening Consumer Segments Vary in Ecopractices" *HortScience* 45(10), 1475-1479.

Behe, B., Campbell, B., Dennis, J., Hall, C., Lopez, R., Yue, C. (2011). "Investigating Consumer Preference for Organic, Local, or Sustainable Plants" *HortScience* 46(4), 610-615.

Behe, B., Campbell, B., Hall, C., Khachatryan, H., Dennis, J., Yue, C. (2013). "Consumer Preferences for Local and Sustainable Plant Production Characteristics" *HortScience* 48(2), 200-208.

Belli, Brita. (2007, Maj/Juni). "Flower Power" *The environmental magazine*, Maj/Juni, 56.

Burnett, S., Berg Stack, L. (2009). "Survey of the Research Needs of the Potential Organic Ornamental Bedding Plant Industry in Maine" *HortTechnology* 19(4), 743-747

Burnett, S., Mattson, N., Krug, B., Lopez, R. (2011). "Floriculture Sustainability Research Coalition: Bringing the Latest Sustainability Research to the Industry" *HortTechnology* 21(6), 692-693

Dennis, J., Lopez, R., Behe, B., Hall, C., Yue, C., Campbell, B. (2010). "Sustainable Production Practices Adopted by Greenhouse and Nursery Plant Growers" *HortScience* 45(8), 1232-1237

E-planta (2011/2012) "Växter utvalda för svenskt klimat" Helsingborg,

E-planta ekonomisk förening

GRO (2012) – ”Kvalitetsregler för plantskoleväxter” Höör, Gröna näringens riksorganisation - GRO

Janssen, M & Hamm, U. (2011). ”Consumer preferences and willingness- to-pay for organic certification logos: recommendations for actors in the organic sector” Kassel: Faculty of Organic Agricultural Sciences, University of Kassel.

Kempkens, K., Billmann, B. (2009). ”Expertenworkshop ökologischer Zierpflanzenbau (Production and Market of organic ornamentals; workshops with experts)” Köln-Auweiler: Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen, Gartenbauzentrum Straelen/Köln-Auweiler

KRAV (2013) - ”Regler för KRAV-certifierad produktion utgåva 2013” Uppsala, KRAV ekonomisk förening

Sallnäs, E. (u.å). ”Beteendevetenskaplig metod – Intervjuteknik och analys av intervjudata” Stockholm, Kungliga Tekniska Högskolan

Svenskt Sigill (2012) – ”IP Sigill Prydnadsväxter och Plantskoleväxter” Stockholm, Sigill Kvalitetssystem AB

8.2 Elektroniska källor

Barth, B. (u.å) ”Organic Vs. Non-organic Plants” Hämtad 2014-11-03, från <http://homeguides.sfgate.com/organic-vs-nonorganic-plants-86063.html>

Billman, B., Schaser, J., Schluter, D., Schorn, W. (2005) ”Production of organic ornamentals in Germany – A status quo analysis of the industry” Hämtad 2014-10-24, från <http://www.orgprints.org/4390>

Davis, T. (2012). ”Are organic nursery crop feasible?” Nursery management (March), 47-49. Hämtad 2014-10-24, från <http://www.nurserymag.com/are-organic-nursery-crops-feasible-omri-certified-organic.aspx>

Ekman, A. (u.å) Perenn. I *Nationalencyklopedin*. Tillgänglig: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/perenn>

Ollerstam, E. (u.å) Ekologisk odling. I *Nationalencyclopedin*. Tillgänglig:

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/ekologisk-odling>

Perenner. (2013, 9 Mars). I *Wikipedia*. Hämtad 2014-11-13, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Perenner>

Roberts, K. (u.å) ”Certified Organic Gardening Nurseries” Hämtad 2014-11-03, från

[http://organic.lovetoknow.com/Certified Organic Gardening Nurseries](http://organic.lovetoknow.com/Certified_Organic_Gardening_Nurseries)

Ziegler, B. (u.å) ”The quest for Organic Ornamentals” Hämtad 2014-11-03, från

<http://www.organicgardening.com/living/quest-organic-ornamentals>

9. Bilagor

9.1 Intervjufrågor – Åland och Gävle/Sandviken

Trädgårdsmästarprogrammet - Högskolan i Gävle
C-uppsats – Jenny Lindgren, 2014

Handel med ekologiska perenner – Intervjufrågor Åland och Gävle/Sandviken

1. Säljer din affärsverksamhet ekologiskt märkta perenner?

2. Om inte, Motivera varför.

- A) Bedömer marknaden/efterfrågan som för liten
- B) För ekonomiskt olönsamt
- C) Inget eget intresse
- D) Ingen existerande leverantör av sådant växtmaterial
- E) Annat.....

Egna kommentarer:

3. Upplever du att det finns en efterfrågan på ekologiskt framtagna perenner i din kundkrets?

- A) Stor
- B) Måttlig
- C) Liten
- D) Obefintlig

Egna kommentarer:

4. Vilka enskilda faktorer skulle vara mest motiverande för din affärsverksamhet att börja sälja ekologiska perenner? Om du redan säljer: Vilka är de enskilda mest motiverande faktorerna för din affärsverksamhet att sälja ekologiskt märkta perenner?

5. Går det att få tag i ekologiska perenner hos några av dina leverantörer?
Om ja, hos vilka?

6. Om nej: Om en leverantör skulle ha ekologiska perenner i sitt sortiment, skulle du överväga att bli återförsäljare av dem?

7. Saluför ni plantor som hör till något annat existerande kvalitetsmärkning?

Tex. E-plant.

8. Tror du att utvecklandet av ett certifierings och klassificerings system (hos tex. KRAV och Svenskt sigill) för ekologiska perenner är en förutsättning för att produktionen av och därefter handeln med dessa ska öka?

9.2 Intervjufrågor – Ekologiska Trädgårdshandlare

Trädgårdsmästarprogrammet - Högskolan i Gävle

C-uppsats – Jenny Lindgren, 2014

Handel med ekologiska perenner - Intervjufrågor – Ekologisk profil

1. Säljer er affärsverksamhet ekologiska perenner?
2. Är era perenner märkta med någon certifierings standard eller eko märkning?
3. Är dessa egenproducerade, från andra producenter eller både och?
4. Vilka är de enskilda mest motiverande faktorerna för er affärsverksamhet att sälja ekologiskt märkta perenner?
5. Tror du att utvecklandet av ett certifierings och klassificerings system (hos tex. KRAV och Svenskt sigill) för ekologiska perenner är en förutsättning för att produktionen av och därefter handeln med dessa ska öka?
6. Levererar ni till återförsäljare eller säljer ni era produkter endast i gårdsbutik?
Motivera varför.
7. Vad är det som skiljer ekologiskt odlade perenner mot konventionellt odlade enligt dig?