

Välvillig syn på dyrare mjölk från utegående kor

I Sverige måste mjölkkor vara utomhus under sommar-månaderna. Det tillhör ”den svenska modellen” som politikerna drivit igenom. I sin medborgarroll är nog många svenskar positiva till utegående kor, men i den rollen betalar de ingenting för extrakostnaderna. Det är bara som konsumenter de skulle kunna bidra till mjölkböndernas intäkter, alltså genom att betala mer för livsmedel som producerats enligt ”den svenska modellen”. Utan pengar från vare sig medborgarna eller konsumenterna är det mjölkbönderna som får stå för merkostnaderna.

FÄRRE UTEGÅENDE KOR

En studie av tyska konsumenters betalningsvilja för mjölk från utegående kor redovisas i en artikel i *International Food and Agribusiness Management Review* nummer 4, 2014. I Tyskland finns inga regler om hur mjölkkor ska vara inhysta och utfodras. Därför kan mjölkbönderna och mejerierna välja. Ytterst är det naturligtvis konsumenterna som bestämmer, men eftersom mjölkförpackningarna inte har text om djurhållningen ger konsumenternas val inga signaler till producenterna.

Mjölkgårdarna i Tyskland blir färre och större. De stora besättningarna innebär att många bönder inte har tillräckligt med betesmarker i närheten av sina gårdar. Det bidrar till att det blir allt färre utegående kor. Vidare måste dagens mjölkkor vara högpresterande, då ska de äta färdigt foder och inte gräs. Författarna hänvisar till en prognos som säger att andelen mjölkgårdar med betesdrift kommer att sjunka från 50 procent år 2012 till fem procent år 2025.

BETALNINGSVILJAN SKILJER SIG ÅT

I sin litteraturgenomgång nämner författarna att mejerier i flera länder marknadsför mjölk med argumentet att den kommer från kor som går ute och betar. I Danmark sägs dessa produkter ha en marknadsandel på 20 procent. Ett danskt mejeri kunde få ut ett högre pris från konsumenterna med argumentet att korna var utegående. I Österrike finns ett mejeri som med framgång säljer ”hömjölk”. Det finns studier som visar att när konsumenter kan välja mellan olika slags mjölkkråvara, är de villiga att betala mer om mjölkorna har gått på bete.

Forskarna samlade in ett empiriskt material med en webbaserad teknik. Mycken möda lades vid att de drygt 1 000 respondenterna skulle vara representativa för den tyska befolkningen. En ovanlig detalj är att respondenterna på sina datorskärmar, fick fram fotografier på olika system att

inhysa mjölkkor och så fick de värdera dessa system i ett antal hänseenden. Dessutom fanns naturligtvis vanliga frågor och påståenden som respondenterna skulle svara på.

HÖGRE PRIS FÖR ”BETESMJÖLK”

Med denna uppläggning går det inte att få fram konsumenternas faktiska betalningsvilja för mjölk från betande kor, utan bara vad de säger sig vilja betala. Dessa upplysningar kan kopplas till konsumenternas bedömning av sex bilder – tre från moderna ladugårdar och tre bilder från öppna betesmarker, samt en lång rad uppfattningar om djurhållning, mjölk-kvalitet, ekologi och mycket annat.

Självklart föredrog flertalet respondenter bilderna med djur på bete. De ansåg inte bara att djurväl-färden var högre, utan också att mjölk-kvaliteten blev bättre. En del respondenter menade dock att installerade kor blir bättre omhändertagna och är friskare, samtidigt som produktionen är effektivare. Författarna betecknar uppfattningar såsom argument på ”emotionella grunder” respektive ”tekniska fördelar”.

När respondenterna fick ange sin betalningsvilja för mjölk från kor med olika inhysning, ville de i genomsnitt betala ett merpris på cirka en euro för en liter ”betesmjölk”. Detta belopp är dock så stort att det finns anledning att ifrågasätta undersökningens metodik. Tendensen är dock klar, utegående kor medger ett klart högre mjölkpris.

STORA KONSUMENTSKILLNADER

Det fanns stora skillnader mellan olika konsumentkategorier. Den grupp som ville betala mest bestod övervägande av kvinnor och högutbildade. Dessa utgjorde 28 procent av respondenterna och föredrog betesdrift, samt värdesatte hög produktkvalitet. En grupp som låg under genomsnitt vad gäller betalningsvilja, hade inga speciella kännetecken.

Ytterligare en grupp representerande 28 procent av respondenterna, bestod av många låginkomsttagare och lågutbildade. De var villiga att betala lika mycket i merpris för utegående djur som genomsnittet, men ställde inga höga krav på produktkvalitet. Svenska konsumenter har ingen möjlighet att välja mellan mjölk från inne- och utegående kor. De betalar ingenting för sommarbetet.



Jerker Nilsson, Institutionen för ekonomi, SLU Uppsala