

# mejeri



## TEMA Mejerifusion

Arla Foods og Campina  
danner verdens  
næststørste  
mejeriselskab

- 2 **Nyt år** | 3 **Tilbageblik** – 2004 var de små mejeriers år | 4 **Voxpop** – Hvordan bliver 2005?  
6 **Mejeriportræt** – Endrup Andelsmejeri rydder op | 7 **Markedsorientering** – Prisfald på vej | 8 **Fødevarsikkerhed** – Danmark er foran  
9 **Tema om mejerifusion** | 13 **Debat** – Afregningsprisen på mælk skal op igen | 14 **Statistik** – Eksport til de nye EU-lande  
15 **Mejerinoter**



## Det sker



**18.-22. januar**  
Agromek  
Messecenter Herning  
www.agromek.dk

**21.-30. januar**  
Grüne Woche  
Berlin  
www.messe-berlin.de

**22.-24. januar**  
Børnekulturforum  
Forum, København  
www.børnekulturforum.dk

**26. januar**  
Bestyrelsesmøde  
Mejeriforeningen, Århus

**26. januar**  
Kredsudstilling  
Foreningen af mejeriingeniører  
og funktionærer  
Videbæk

**2.-3. februar**  
Årsmøde for Mejeriforeningens informatører  
Århus

**2.-4. februar**  
Kursus for Yngre Mælkeproducenter, modul 2  
Hotel Park Inn, Vejle

**23. februar**  
Bestyrelsesmøde  
Mejeriforeningen, Århus

**28. februar-1. marts**  
Årsmøde i Dansk Kvæg  
Herning

**2.-4. marts**  
Kursus for Yngre Mælkeproducenter, modul 3  
Hotel Park Inn, Vejle

**7. marts**  
Osteproducenternes Dag  
Dalum UddannelsesCenter, Odense

**7. marts**  
Kredsmøde i Mejeriforeningen  
Aalborg

**8. marts**  
Kredsmøde i Mejeriforeningen  
Herning

**8.-11. marts**  
Foodex  
Tokyo, Japan

**9.-10. marts**  
Danish Food Science 2005  
DTU, Kgs. Lyngby  
www.lmc.dk/2005

# Nyt år

Det er som bekendt svært at spå – især om fremtiden, som Storm P. pointerede. Men med et næsten ubrugt 2005 foran sig kan det være fristende at komme med et bud på, hvad det nye år vil bringe i den danske og internationale mejeriverden. En ting er i hvert fald sikkert: Det bliver ikke kedeligt.

Med en europæisk mega-fusion mellem Arla Foods og Campina under opsejling og hastigt voksende mejerikøkonomier i de nye EU-lande mod øst er der lagt op til markante ændringer på det europæiske mejerikort.

For ikke at nævne discount-bølgen, som må formodes at ramme Danmark med fornyet kraft, når den tyske Lidl-kæde åbner sine første butikker i løbet af året.

Endelig vil den lave dollarkurs og EU's mælke reform utvivlsomt – som sidste år – sætte sine spor på bundlinjen hos mejerierne og mælkeproducenterne.

På side 3 og 4 i bladet kan man læse nogle mere kvalificerede bud på fremtiden og vurderinger af det år, vi netop har lagt bag os. Og det har tilsyneladende ikke været så ringe endda, det gamle år. En rundspørge blandt mejerierne uden for Arla viser således, at størstedelen af dem tildeler 2004 karakteren 'tilfredsstillende' eller 'meget tilfredsstillende'. Den skandinavisk-hollandske fusion kigger vi nærmere på i bladets temasektion, hvor Arla Foods' adm. dir., Åke Modig, i et større interview løfter lidt af sløret for Campina Arlas strategi og fremtidige udfordringer. For eksempel selskabets ekspansionsplaner i Østeuropa og de krav, som private label og discount stiller til nytænkning i mejeribranchen.

"Vi lever i lavprissamfundet – og vi elsker det," som Åke Modig udtrykker det, og han tilføjer: "Men når det kommer til mejeriprodukter, vores egen virksomhed, så hader vi det."

Godt nytår. ■

Med en europæisk mega-fusion mellem Arla Foods og Campina under opsejling og hastigt voksende mejerikøkonomier i de nye EU-lande mod øst er der lagt op til markante ændringer på det europæiske mejerikort.



mejeri udgives af

**Mejeriforeningen**  
Frederiks Allé 22  
DK-8000 Århus C  
Tlf. +45 8731 2000  
Fax +45 8731 2001  
www.mejeri.dk

### Redaktion

Turid Fennefoss Nielsen  
(ansv.)  
Peter Biisgård

### Layout og produktion

Marianne Kalriis  
Birgit Winther Sørensen

### Tryk

Zeuner Grafisk as, Odder

### Annoncesalg

DG Media as  
tlf. 7027 1155  
fax 7027 1157  
epost@dgmedia.dk

### Abonnement

Årsabonnement: kr. 400,-  
Kontakt Hanne Juul  
tlf. 8731 2119  
han@mejeri.dk

### Oplag

3.500 månedligt

Indholdet af mejeri må gengives med kildeangivelse. Materiale indsendt uopfordret kan ikke forventes returneret.

ISSN 1604-1259



Foto: Poul-Erik Rath Holm/FREE-LANCE PRESSEFOTO BORNHOLM

# 2004 var de små mejeriers år

Produktion af oste på Bornholms Andelsmejeri – et af de små og mellemstore mejerier, som medvirker i rundspørgen om årets gang i branchen.

**Tilbageblik.** Tilfredsstillende eller meget tilfredsstillende. Sådan vurderer 21 af de 25 adspurgte mejerier uden for Arla Foods året, der gik. Og 2004 blev i øvrigt det første år uden mejerilukninger i nyere tid.

For 25 år siden havde Danmark 235 selvstændige mejeriselskaber. I 2003 var tallet 36. Det var det også i 2004, som dermed blev det første år i nyere tid, hvor ingen af de eksisterende selskaber lukkede eller fusionerede, når man ser bort fra lukninger af enkelte produktionsanlæg.

"2004 har generelt været tilfredsstillende for øvrige andelsmejerier – især for mejerierne på det danske hjemmemarked," vurderer *Niels Bruun*, formand for Sædager Andelsmejeri og repræsentant for øvrige andelsmejerier i Mejeriforeningens bestyrelse.

Den vurdering er han ikke ene om. **mejeri** har haft kontakt til mejeribestyrerne hos Mejeriforeningens 25 medlemmer uden for Arla Foods, som er blevet bedt om en simpel og firkantet vurdering af omsætning og indtjening i 2004. Og selvom flere mejeribestyrere ærgrer sig over, at afregningsprisen til landmændene er faldet en smule, er stemningen ganske god.

### God mejeristruktur

Rundspørgen viser, at seks mejeribestyrere fandt året meget tilfredsstillende, og 15 fandt det tilfredsstillende. Kun fire

af de adspurgte havde panderynker og vurderede året som ikke tilfredsstillende. Tilsvarende fandt kun seks, at 2004 havde været et dårligere år end 2003.

"Vi konkurrerer selvfølgelig på kvalitet og service, men konkurrencen har været knap så aggressiv som tidligere. Og forbrugernes krav om flere valgmuligheder i butikernes mejerikøler er en del af forklaringen på, at det er blevet nemmere at få kontrakter med detailkæderne," siger Niels Bruun.

"Dansk mejeribrug har udviklet en god struktur med ét stort lokomotiv sammen med små mejerier, som har hver sine nicheproduktioner," vurderer han. Samtidig kan han sagtens få øje på udfordringer i 2005: "Når restitutionerne afvikles, vil flere mejerier søge væk fra de områder, der tidligere fik støtte. Det kan give pres på ost og andre områder, som kun har fået begrænset eksportstøtte, og dermed kan konkurrencen blive hårdere," siger Niels Bruun.

### Hård konkurrence på eksport

Bornholms Andelsmejeri var et af de mejerier, som fandt 2004 'ikke tilfredsstillende'.

"Jeg kan ikke være tilfreds, når jeg sænker afregningen til leverandørerne. Men efter omstændighederne – og i sammenligning med andre mejerier – er resultatet nu ikke så ringe," siger mejerichef *Per Olesen*. En af 'omstændighederne' er den faldende dollar, idet ø-mejeriet eksporterer en stor del af produktionen til USA.

"Jeg håber naturligvis, at dollaren stiger igen. I 2004 har vi dog afbødet den værste effekt ved at få en højere pris på det amerikanske marked, fordi det amerikanske prisniveau for mejeriprodukter generelt har været højt."

Per Olesen er faktisk mere bekymret over det europæiske marked. "De store europæiske selskaber – herunder ikke mindst Arla – virker desperate og forærer næsten produkterne væk i stedet for at arbejde for højere priser," lyder det fra Bornholm.

Selvom Per Olesen og flere andre mejeribestyrere kan se mange udfordringer i de kommende år, er signalerne overvejende positive. Kun fire af de adspurgte mejerier vurderer, at 2005 bliver et sværere år end 2004. ■

Lars Winther, lwi@mejeri.dk

Indtjening og omsætning i 2004		
Meget tilfredsstillende	Tilfredsstillende	Ikke tilfredsstillende
6	15	4

Mejeribestyrerne hos Mejeriforeningens 25 medlemmer uden for Arla Foods er blevet bedt om at vurdere 2004 ud fra spørgsmålet: Hvordan vurderer du indtjening og omsætning i 2004?

	Vurdering af 2004 i forhold til 2003 samt forventninger til 2005		
	Bedre	Uforandret	Dårligere
2004:2003	12	7	6
Forventninger 2005:2004	7	14	4

Mejeribestyrerne har kommenteret på indtjening og omsætning i 2004 sammenlignet med 2003 – samt forventninger til 2005.

**Hvad sker der? Hvad vil 2004 blive husket for i mejeriverdenen, og hvordan ser det ud, hvis vi tager et kig i krystalkuglen for 2005? Fem personer med daglig relation til mælk og mejeriprodukter giver her deres bud.**



"I 2004 viste dansk mejeribrug endnu engang på Landsmejeriudstillingen, at der kommer stadig flere forskellige mejeriprodukter produceret i Danmark," siger *Kaj Ole Pedersen*, gårdejer og

formand for Mejeriforeningen.

"Det er bare ærgerligt, at forbrugerne ikke er klar over det, og i år var mediernes omtale af konkurrencen faldet i forhold til sidste år."

Kaj Ole Pedersen peger også på EU's landbrugsreform som en vigtig begivenhed i 2004. "Vi mærker reformen, og det er nu, dansk mejeribrug skal stå sin prøve. Med de nye regler kommer mejerierne i **hårdere europæisk konkurrence**," mener han.

"I 2005 bliver det spændende at se, hvordan det går med strukturudviklingen. Den har været stagneret lidt i 2004, hvor styrken af mælkeproducenter kun blev reduceret med 500. Og hvis den nye kvotebørs bliver vedtaget, forsvinder loftet, og det kan måske øge efterspørgslen på kvoter," siger Kaj Ole Pedersen.

Endelig ligger en mulig fusion mellem Arla og Campina i 2005.

"Selvom jeg tror, at fusionen først kan have en effekt fra tidligst midt i 2005, har jeg de optimistiske briller på. Der skal nok være arbejde til mælkeproducenter og mejerifolk et stykke tid endnu, når man tænker på fusionerne."

"Og så håber jeg selvfølgelig, at dol-larkursen stiger igen. Ellers kommer det til at koste på mælkeprisen," siger Kaj Ole Pedersen. ■



Formanden for Svensk Mjöljk, *Christer Eliasson*, husker især 2004 for EU's nye landbrugs politik.

"Reformen får stor indflydelse hos den enkelte mælkeprodu-

cent. Samtidig var 2004 året, hvor private label slog igennem på mejeriområdet. De to ting har fået mælkeprisen i Sverige til at falde drastisk," siger Christer Eliasson.

"Selvom mælkeprisen er faldet, ser jeg lyst på den kommende tid. Det er vigtigt at forklare, at **der er positive aspekter af fremtiden**, så det ikke kun er svært at være mælkeproducent, men også rummer mange muligheder. Især med den øgede globale handel. Prognoser siger, at verdens samlede forbrug af mejeriprodukter stiger med 2,2 pct. årligt."

"I 2005 bliver det spændende at se, om fusionen mellem Arla og Campina går igennem. Jeg håber på det, fordi jeg tror, det vil sikre andelshaverne en højere mælkepris. Foreløbig skal andelshaverne diskutere forlægget for fusionen. Hvis de ser på det betryggende i at være sikret en højere mælkepris og samtidig får muligheden for at få sat navn på mere af egenkapitalen, tror jeg, andelshaverne kan gå ind for fusionen," siger Christer Eliasson, der i 2005 også ser frem til at få *Anne-Marie Dahlén* som ny administrerende direktør i Svensk Mjöljk. ■



*Barry Wilson*, redaktør af Dairy Industry Newsletter, ser nedsættelsen af interventionspriserne som 'den store begivenhed' i 2004.

"Det er den største nedsættelse i interventionspriserne i EU's landbrugsreform, og alle forventede faldende markedspriser. De kom bare ikke, fordi landmændene får så store kompensationer," siger Barry Wilson.

"Markedspriserne var fortsat gode, men det ændrer sig i mange lande i 2005, fordi kompensationen bliver koblet fra mælkeproduktionen. Så det er spændende

at se, hvad der sker med mælkeproduktionen i 2005. I 2004 faldt den med 2-3 pct. i EU, og måske fortsætter den tendens, fordi flere forlader erhvervet. Men hvis det sker, kan priserne måske til gengæld holde sig oppe," mener Barry Wilson.

Derudover er det Barry Wilsons opfattelse, at gennemførelsen af fusionen mellem Arla Foods og Campina kan lægge pres på andre mejeriselskaber.

"Markedet bliver hårdere, for Campina Arla kan give bedre mælkepriser, og det får betydning for presset i hele EU. **Effektiviteten skal sættes op**, og det kan blive svært for især Tyskland, der er langsom til at rationalisere," siger Barry Wilson. ■



"Den politiske forbruger er vågnet op i 2004." Det siger Forbrugerrådets direktør *Rasmus Kjeldahl*.

"Reaktionen på Arla-sagen har været spontan fra forbrugernes side, ikke organiseret som den var mod Shell efter Brent Spar eller mod franske produkter efter atomprøvesprængningerne. Og det har ramt Arla ekstra hårdt, fordi den tyske mælk samtidig kom på hylderne i danske butikker," mener Rasmus Kjeldahl.

"Arla-sagen gav forbrugerne en undskyldning for at vælge billigt og økologisk,

og derfor peger flaskehalsen på Arla," siger han.

"I 2005 må Arla vælge en strategisk vej. De kan være et neutralt, anonymt mejeriselskab for hele Nordeuropa og leve på rene markedsværdier. Så betyder mælken oprindelsessted mindre. Men der er den trend, at en gruppe af forbrugere vil tage endnu mere afstand fra de store og være endnu mere interesseret i lokale mejerier.

**Det lokale bliver et kvalitetsstempel** i de næste par år. Derfor kan Arla også vælge at være en del af denne trend, og både producere de anonyme produkter, men også komme med nye bud på høj kvalitet," siger Rasmus Kjeldahl. ■



Priskrigen på mælk har været den mest markante begivenhed i 2004 set fra kategorichef i Coop Danmark *Pernille Søborgs* synspunkt.

"Mælkekrisen har været et udtryk for

faldende priser, og det har lagt pres på alle. Og udsigten til en fusion har igen givet nye perspektiver," siger Pernille Søborg.

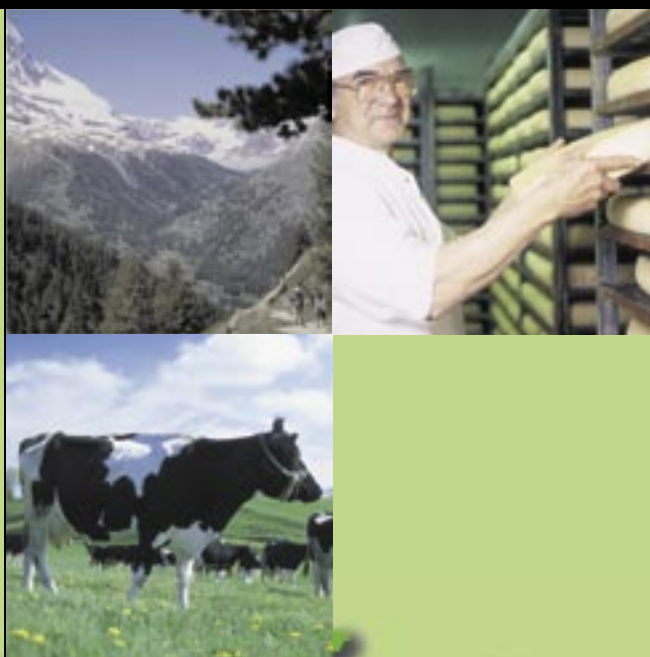
"Jeg tror, det vil eskalere i 2005, så **vi får flere priskrige og fusioner** og større efterspørgsel på lokale mejeriprodukter. I sidste ende kan det nok betyde, at der ikke kommer så mange nye produkter på hylderne i år. Jeg er nervøs for, at fusionen flytter fokus fra innovation til sammenlægninger og rationalisering," siger Pernille Søborg. ■

# Danish Dairy Training Programme



DANISH DAIRY  
TRAINING PROGRAMME

*Har du lyst til - og mod på at  
komme i praktik i udlandet efter  
endt mejeriuddannelse?*



Er du interesseret i at vide mere:

Mejeriforeningen

Sven Ålborg

tlf. 8731 2036

[saa@mejeri.dk](mailto:saa@mejeri.dk)

Mejeriforeningen

Dorte Finderup

tlf. 8731 2130

[df@mejeri.dk](mailto:df@mejeri.dk)

Landøkonomisk RejseBureau

Lise Thaarup

tlf. 3339 4640

[lth@lrb.dk](mailto:lth@lrb.dk)



MEJERIFORENINGEN  
Danish Dairy Board

# Endrup rydder op



Endrup Andelsmejeri har i løbet af de sidste fem-seks år reduceret sortimentet af oste betragteligt, samtidig med at en stor del af produktionsudstyret er blevet udskiftet. På billedet er mejeriarbejder Inger Lise Jacobsen i gang med dagens arbejde ved en af mejeriets pakkelinjer.

**Mejeriportræt.** Endrup Andelsmejeri har droppet økologien og beskåret sortimentet og antallet af medarbejdere. Samtidig har det 120 år gamle mejeri investeret 10 mio. kr. i at strømlinje produktionen af danbo og havarti.

På Bygaden i landsbyen Endrup godt 30 km øst for Esbjerg ligger et stykke dansk mejerihistorie: Endrup Andelsmejeri, grundlagt i 1884, og dermed Danmarks ældste eksisterende. De oprindelige bygninger er for længst blevet erstattet af nye og større produktions- og lagerhaller, men selve mejeriselskabet er forblevet sig selv gennem alle 120 år, uberørt af sammenlægninger og solidt rodfæstet i lokalområdet.

"80 pct. af vores 31 andelshavere bor inden for en radius af fire kilometer fra mejeriet. Det betyder, at afhentningen af mælk kan klares med en enkelt tankvogn inden for en almindelig arbejdsdag. På den måde er vi meget privilegerede," siger mejeribestyrer *Gisle Nordlund*.



Gisle Nordlund, mejeribestyrer siden 1999. "Vi har ingen ambitioner om at blive større, og som tingene ser ud nu, vil vi have svært ved at køre mere mælk gennem produktionen," siger han.

De 31 andelshavere leverer årligt 20 mio. kg mælk, som mejeriet anvender til fremstilling af 1,8 mio. kg ost af danbo- og flødehavartitypen. Og sådan skulle det gerne fortsætte, mener mejeribestyreren.

"Vi har ingen ambitioner om at blive større, og som tingene ser ud nu, vil vi have meget svært ved at køre mere end 20 mio. kg mælk gennem produktionen," forklarer han.

## Omstrukturering og rationalisering

Det kunne måske lyde, som om virksomheden befinder sig i en form for stilstand, men sådan forholder det sig langtfra i Endrup. Landsbymejeriet på Bygaden har netop været igennem en gennemgribende omstrukturering. Maskinparken er med Gisle Nordlunds ord blevet gennemgået fra A til Z, arbejds gange er blevet ændret, og en stor del af produktionsudstyret er blevet skiftet ud. En operation, som alt i alt har krævet en investering på 10 mio. kr.

Det begyndte nogenlunde samtidig med, at Gisle Nordlund tiltrådte som mejeribestyrer i 1999. På det tidspunkt havde mejeriet netop udvidet sit omfattende sortiment af konventionelle ostetyper med en produktion af økologiske oste.

"Osteriet fremstillede 25 forskellige produkter i en lang række udskæringer og lagringer, og på lageret lå 80 ton økologisk ost, som vi havde meget svært ved at

afsætte. Dertil kom besværet med separate regnskaber og separat afhentning af den økologiske mælk," fortæller han.

Man havde groft sagt svært ved at få en fornuftig økonomi i de mange forskellige produktioner.

Løsningen blev, at der i de efterfølgende fem år blev skåret dybt i sortimentet. Mejeriet sløjfede ostetyper som port salut, esrom og havarti med krydderier og producerer i dag udelukkende danbo og flødehavarti. Parallelt hermed er medarbejderstaben blevet reduceret fra 32 til 24 ansatte, og for godt et års tid siden besluttede bestyrelsen at afskaffe øko-tillægget og fritstille mejeriets tre økologiske leverandører. To af dem valgte at lægge om til konventionel drift, mens den tredje blev leverandør hos Arla Foods.

"Vi har været – og er stadig – meget fokuseret på at ensrette og rationalisere produktionen," fortæller mejeribestyreren, der ikke er i tvivl om effekten af mejeriets omlægning. "Vores produkter er blevet bedre, og vi er blevet langt mere effektive. Fx har vi trods inflation de samme lønudgifter i dag som for fem-seks år siden. Som et ekstra plus har vi fået forbedret arbejdsmiljøet betydeligt med en mærkbar reduktion i antallet af tunge løft i produktionen."

Sidst, men ikke mindst, har mejeriet solgt den vogn, som indtil for få år siden stod for distributionen af oste ud til kunderne. Her har man sparet 400.000 kr. ved at overlade opgaven til en privat vognmand. For som Gisle Nordlund siger:

"Det kan ikke betale sig at holde en vogn kørende, når der reelt kun er tre indkøbere i Danmark. Vi sælger da også ost til grossister og ostephandlere, men de store mængder ligger hos kæderne."

## Mest til Danmark

Ostene fra Endrup er i dag på hylderne hos både Dansk Supermarked, Coop Danmark og i SuperGros-butikkerne. Fortrinsvis med





Mejeriarbejder Per Skovgaard Christensen. Omlægningen af produktionen har blandt andet medført en reduktion i antallet af tunge løft.

danbo i varianterne 20+, 30+ og 45+, mens flødehavarti i ruller og brød udelukkende sælges på mejeriets eksportmarkeder i Nordtyskland, Sverige og Spanien. Sammenlagt producerer mejeriet 1,8 mio. kg ost om året, hvoraf 85 pct. afsættes på hjemmemarkedet.

”Vi har ingen problemer med at afsætte vores produkter eller holde priserne. Men vi er heller ikke dyrere end de andre. Det eneste, der kan bekymre mig lidt, er den mængde ost, vi har liggende på lageret. Det er nok lige i underkanten,” siger Gisle Nordlund.

Endrup Andelsmejeri omsætter for 70 mio. kr. om året, men præcis hvor god en forretning mejeriet er blevet, ønsker Gisle Nordlund ikke at sætte tal på. Men som han siger:

”Der er da ingen, der brokker sig”. ■

Tekst og foto: Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk

#### FAKTA om Endrup Andelsmejeri

Grundlagt i 1884

Indvejning: 20 mio. kg

Antal mælkeleverandører: 31

Antal ansatte: 24

Produktion: 1,8 mio. kg ost, danbo (85 pct.) og havarti (15 pct.)

Omsætning: 70 mio. kr.



## Markedsorientering

# Prisfald under opsejling

**Priser.** Den seneste måned er der observeret faldende priser på mejeriprodukter i bl.a. Holland og Frankrig. Spørgsmålet er, om det længe ventede prisfald i EU er på vej.

EU-markedet for mejeriprodukter har længe været under pres som følge af EU's mælkereform. Men på grund af en gunstig markedssituation internt i EU og på verdensmarkedet er prisfaldet ikke slået igennem i det forventede omfang. Denne situation ser nu så småt ud til at vende.

Den hollandske notering på smør er faldet fra EUR 3.020 pr. ton i starten af november til EUR 2.950 pr. ton i slutningen af december 2004. Ligeledes har de franske priser vist en negativ tendens i løbet af efteråret.

EU har det seneste halve år brugt alle tænkelige instrumenter til at tvinge et prisfald igennem. Således har Kommissionen i forlængelse af interventionsprissænkningen i juli 2004 solgt massivt ud af lagrene af smør og skummetmælkspulver samt sænket den interne støtte til bageri- og iscremeprodukter, kalvefoder og kasein.

Et af de vigtigste elementer i prisdannelsen på mejeriprodukter er dog EU's eksport, der på det sidste har været under et massivt pres som følge af dollarkursudviklingen og EU's restitutionspolitik.

#### Dollarkursen og konkurrenceevnen

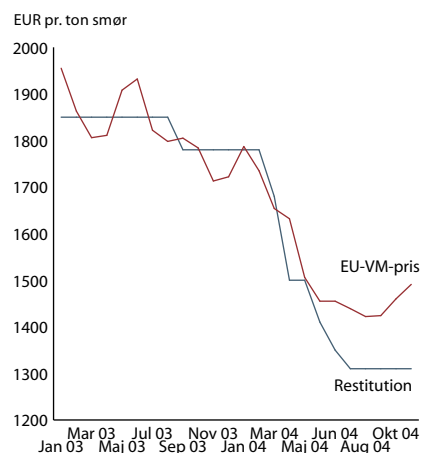
Verdensmarkedet har i 2004 udviklet sig positivt med stigende priser. Den positive udvikling skyldes en stigende efterspørgsel efter mejeriprodukter kombineret med

en faldende produktion i bl.a. Australien, der har været ramt af tørke. Den historisk lave dollarkurs betyder imidlertid, at prisstigningerne er blevet udhulet i EU og dermed har svækket EU's konkurrenceevne på verdensmarkedet.

#### Kommissionens restitutionspolitik

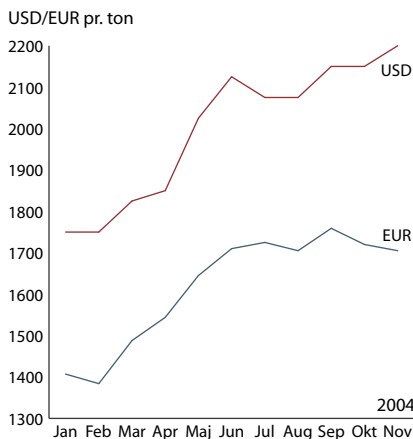
En stor del af EU's mejeriekseport er som bekendt afhængig af eksportrestitutionspolitik, der kan udligne prisforskellen mellem verdensmarkedet og EU. I forlængelse af interventionsprissænkningen i juli 2004 har det været EU's erklærede målsætning

#### Prisforskel mellem verdensmarkedet og EU i forhold til restitution



Prisforskellen mellem verdensmarkedet og EU i forhold til eksportrestitutionspolitik.

#### Verdensmarkedsprisen på SMP



Verdensmarkedsprisen for skummetmælkspulver har været stigende i dollars, mens den, omregnet til euro, har været faldende de seneste måneder.

at sænke prisniveauet i EU. Et middel hertil er en stram restitutionspolitik. Således har EU siden sommeren 2004 valgt at ignorere et stigende gab mellem restitutionssatserne og prisforskellen mellem EU og verdensmarkedet. Gabet er blevet forstørret yderligere de seneste måneder som følge af den faldende dollarkurs. For smør betyder det, at der i øjeblikket er en difference mellem EU-prisen og verdensmarkedsprisen på omkring EUR 1.500 pr. ton, men restitutionssatsen er kun på EUR 1.310 pr. ton. ■

Kirsten Pedersen, kep@mejeri.dk

# Danske starterkulturer er allerede EU-sikre

**Fødevarer sikkerhed.** Om bare et par år får dansk mejeribrug en hidtil uventet konkurrencefordel. Som noget nyt skal samtlige starter- og probiotiske kulturer i hele EU vurderes for deres sikkerhed. Men det har de danske myndigheder – som de eneste i hele EU – forlangt de sidste 15 år.

EU's fødevarermyndighed EFSA foreslår nu regler for vurdering af sikkerhed ved starterkulturer. Reglerne vil gælde for alle 25 EU-lande og vil sandsynligvis træde i kraft om 2-3 år. Det er ikke afgjort, om reglerne skal have form af egentlig lovgivning.

EFSA stiller skarpt på starterkulturer og sikkerhed for at løse en 'absurd situation'. I et årti har EU nemlig forlangt de skrappeste sikkerhedsafprøvninger af kulturer til foderstoffer til dyr. De selvsamme kulturer til vores mejeriprodukter har imidlertid været helt uden for EU's bevågenhed. Men det skal være slut nu. En arbejdsgruppe under EFSA søger en praktisk mellemvej for vurdering af sikkerhed for alle mikroorganismer til fødevarer, foderstoffer og plantebeskyttelsesmidler.

Det foreslåede system vil ligne de amerikanske GRAS-vurderinger. Ifølge GRAS-systemet kan industriens sagkundskab bestemme, at gammelkendte starterkulturer, skimmelsvampe og gærtyper er sikre for mennesket at spise. På denne måde ligger bevisbyrden hos industrien, samtidig med at myndighederne slipper for at spilde deres kræfter på større sikkerhedsvurderinger af allerede sikre kulturer. Myndighederne kan så i stedet satse på de 'rigtige' farer som *Campylobacter* og dioxin.

## QPS: 'type-godkendelse'

Ifølge EFSA's forslag skal EU's variant af GRAS hedde QPS (qualified presumption of safety eller antagelse om sikkerhed på bestemte betingelser). For at opnå QPS-status er der som vist til højre fire forudsætninger. Hele grupper af mikroorganismer, fx alle *Lactobacillus acidophilus* eller alle *Saccharomyces* (bl.a. bagerigær) vil få QPS-status. På denne måde får alle medlemmer af samme gruppe automatisk – og uden myndighedernes indblanding – QPS-status. Kulturen kan således umiddelbart anvendes, uden at fødevarerindustrien eller myndighederne behøver at bekymre sig om sikkerheden. Det sparer endda tid og penge for både industri og myndigheder.

Kulturer, der ikke opfylder de fire forudsætninger for QPS, kan dog stadigvæk vise sig at være sikre, men de skal først underkastes en langt grundigere vurdering af den konkrete kultur til det konkrete formål.

## EFSA spørger sig for

Hvis det står til EFSA, vil QPS kun blive anvendt som arbejdsredskab internt i EFSA og ikke indarbejdet i EU-lovgivning. Men inden da ville EFSA sikre sig, at QPS hviler på solid videnskab, og at det er anvendeligt i praksis. Derfor afholdt EFSA et åbent møde den 13.-14. december i Bruxelles.

Fra Danmark deltog folk fra kulturproducenterne, Fødevarerstyrelsen og Danmarks Fødevarerforskningscenter (DFVF). Det viste sig, at styrelsen og DFVF var den eneste myndighed i hele EU, som havde længere erfaring i sikkerhedsvurdering af starterkulturer. Frankrig har dog lige indført et lignende system.

Alle 80 deltagere i mødet så frem til en hurtig og effektiv procedure for vurdering af sikkerhed ved de gammelkendte kulturer. Ingen ønskede foderstoffernes overdrevne procedure overført til kulturer til mejeriprodukter. Derimod var der ikke

mange deltagere, der troede, at QPS kunne blive til praksis i alle 25 EU-lande, uden at EU-lovgivningen blev ændret. Deltagerne ønskede nemlig, at lovgivning fastslog, at EFSA først skal vurdere, om en given kultur opfylder QPS-kravene, før der forlanges dyberegående undersøgelser af sikkerhed.

## Danbo og danablu udenfor?

Blandingskulturer og skimmelkulturer opfylder imidlertid ikke QPS' forudsætninger. Selv de gammelkendte blandingskulturer som fx til danbo er af udefineret sammensætning og opfylder derfor ikke QPS' forudsætning nr. 1 (kendt identitet). For visse arter af skimmelkulturer (fx *Penicillium roqueforti*) skal der findes en skudsikker måde at opfylde forudsætning nr. 3, ikke sygdomsfremkaldende (fx dannelse af mykotoksin), på.

Fremtiden for QPS er stadig uafklaret. Systemets udvikling kan følges på EFSA's hjemmeside, hvor det konkrete forslag til QPS også findes: [http://www.efsa.eu.int/science/colloquium\\_series/no2\\_qps/catin-index\\_en.html](http://www.efsa.eu.int/science/colloquium_series/no2_qps/catin-index_en.html) ■

Stephen Wessels, ph.d., Dansk Toksikologi Center, [sww@dtc.dk](mailto:sww@dtc.dk)

## De fire forudsætninger for QPS-status for en gruppe mikroorganismer

Under QPS-systemet (antagelse om sikkerhed på bestemte betingelser) bliver en hel gruppe mikroorganismer (fx slægten *Lactobacillus*) på en gang klassificeret som sikre til brug i fødevarer, foderstoffer og mikrobiologiske plantebeskyttelsesmidler. For at en kultur kan tildeles QPS-status, skal den opfylde fire forudsætninger:

1. **Defineret identitet.** Dens taksonomiske identitet skal være fastslået, fx at kulturen er en *Lactobacillus acidophilus* eller en *Saccharomyces cerevisiae* eller en blanding af disse.
2. **Bekendthed.** Den skal være tilstrækkelig velkendt hos fagfolk til, at dens sikkerhed kan fastslås. Dette kan bero på praktisk erfaring igennem mange år eller på nyere videnskabelige forsøg.
3. **Ikke sygdomsfremkaldende.** Den må ikke være sygdomsfremkaldende. Særligt kan man gøre opmærksom på, at de ikke må danne giftige stoffer som svampes mykotoksiner.
4. **Specifikke betingelser.** QPS kan angive specifikke betingelser for sikker brug af kulturen, fx at fødevarer ikke indtages af spædbørn, eller at kulturen er fri for gener for antibiotika-resistens.

## Verdens næststørste mejeriselskab



Foto: Claus Sjödin/apella.dk

**Fusion.** Arla og Campina lægger op til en fusion, der vil samle 14 mia. kg mælk, 21.000 mælkeproducenter, 28.000 ansatte og årlig omsætning på godt 75 mia. kr. i et selskab.

Europas største mejeriselskab, verdens største andelsmejeri eller – som der står i overskriften til denne artikel – verdens næststørste mejeriselskab. Uanset hvordan man vender og drejer det, så bliver der tale om et meget stort selskab og en stor begivenhed i den internationale mejeriverden, hvis det lykkes at gennemføre den planlagte fusion mellem Arla Foods og Campina.

Planen om et nyt skandinavisk-hollandsk mejeriselskab blev fremlagt på parallelle pressemøder i København og Zaltbommel den 8. december sidste år. Bestyrelserne i de to selskaber har sagt ja til fusionsideen, som skal til endelig behandling i repræsentantskabet i april.

Det nye Campina Arla vil i givet fald samle 14 mia. kg mælk, 21.000 mælkeproducenter, 28.000 ansatte og en årlig omsætning på godt 75 mia. kr. i et selskab. Ledelsen kommer til at bestå af et for-

mandskab på fire personer: Formand Knud Erik Jensen, Arla Foods

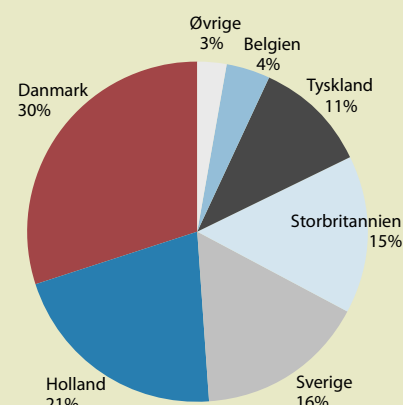


mandskab på fire personer: Formand bliver Arla Foods' nuværende formand, *Knud Erik Jensen*, mens den nuværende formand for Campina, *Kees Wantenaar*, bliver næstformand. Øvrige medlemmer bliver *Åke Hantoft*, Sverige, og *R. Belke-Grobe*, Tyskland. Campinas nuværende adm. direktør, *Justinus Sanders*, bliver adm. dir. i det nye andelsselskab, mens Arla Foods' adm. dir. *Åke Modig* bliver viceadm. direktør.



Adm. direktør Justinus Sanders, Campina

Arla Campina får hovedkontor i København med et sekundært hovedkontor i Zaltbommel. De administrative funktioner vil



Indvejningens fordeling i et fusioneret Campina Arla. I alt 13.683 kg mælk. Kilde: Arla Foods.

fortsat være placeret i Viby, Stockholm og Zaltbommel.

Ifølge adm. dir. *Åke Modig*, Arla Foods, vil det nye selskab blive opdelt i fire forskellige enheder.

“Når man går fra at være et nordisk til at blive et internationalt selskab, kan man ikke have en vældig centralistisk organisa-

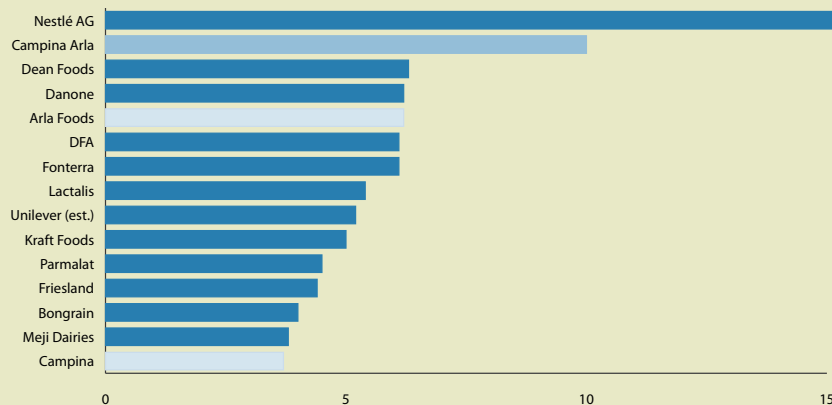
tion. Man er nødt til at decentralisere flere af beslutningerne i det nye selskab, end vi hidtil har gjort i Arla Foods,” siger han.

Planen er at opdele virksomheden i fire forskellige dele: Nordic, Europa, Ost og Smør samt Ingrediens (som også kommer til at rumme eksport til verdensmarkedet). Hovedkontoret for Europa skal ligge i Zaltbommel, mens Ost og Smør og Ingrediens skal koordineres fra Viby. Nordic deles mellem kontorerne i Viby og Stockholm.

“Tanken om en fusion blev faktisk skabt på baggrund af en drøftelse mellem Arla Foods og Campina om at slå de to selskabers ingrediensvirksomheder sammen. På det område er vi oppe mod rigtig store giganter inden for fødevarer- og medicinalindustrien, og vi følte hver for sig, at vi var for små til at opbygge en global virksomhed inden for ingrediens. Her fik vi øje på nogle interessante synergier. Og da vi på den måde var i færd med at lægge omkring 30 pct. af vores mælk sammen, besluttede vi os for at kigge på en sammenlægning af selskaberne som sådan.” ■

*Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk*

### De 15 største mejeriselskaber i verden målt på omsætning (mia EUR).



Kilde: Rabobank International.

# Den nødvendige fusion

**Strategi.** Planen om at fusionere Arla og Campina handler ikke om at blive størst. Den handler om at overleve på et fremtidig marked, hvor selv store mejeriselskaber er i fare for at blive marginaliseret, mener Arla Foods' adm. dir. Åke Modig.

En fusion mellem Arla Foods og Campina vil skabe Europas ubetinget største mejeriselskab. Med en samlet indvejning på omkring 14 mia. kg mælk og en årlig omsætning på 75 mia. kr. er der mere end et pænt stykke ned til de nærmeste konkurrenter. Men for Åke Modig, Arla Foods' adm. direktør og en af hovedarkitekterne bag fusionsplanerne, handler det ikke om at blive størst. Det handler snarere om at undgå at blive for lille i fremtidens europæiske mejerilandskab. Om to selskaber, der supplerer hinanden ualmindeligt godt, når det gælder om at udbygge fodfæstet på de strategisk vigtige markeder i Skandinavien, Holland, England, Tyskland og Østeuropa.

"I Danmark ser man ofte Arla som mejerigiganten, fordi det er et stort selskab her. Men 2/3 af den danske mælk skal faktisk sælges uden for landets grænser, og på næsten alle andre markeder er Arla en ret lille spiller. Vi føler os virkelig ikke som mejerigiganten, når vi kommer ud på det tyske marked eller markederne i Italien, Grækenland eller Spanien. Det er vigtigt at huske, at selv et så stort andelsselskab som Campina Arla kun kommer til at have omkring 10 pct. af mælken i EU-25," siger Åke Modig.

## Man kan ikke matche detailhandlen

"Ser man bort fra Danmark, hvor vi i kraft af vores størrelse har et særligt ansvar, så har Arla et behov for at blive større på stort set alle andre markeder. For at blive synlige i det hele taget. Detailhandlen koncentrerer sine indkøb, færre køber mere hos den samme leverandør, og i den proces er der altid en risiko for, at den lille spiller bliver marginaliseret. Man er nødt til at have en vis minimumsstørrelse i hvert enkelt land for at få en fornuftig relation med detailhandlen. Det er ikke muligt at bygge et selskab op til en størrelse, hvor man kan matche detailhandlen. På

mange af de markeder, hvor vi opererer, er detailhandelskæderne meget større, end vi kender fra Danmark. Så risikoen for at blive marginaliseret er helt klart til stede."

"Men selvom vi ikke bliver en dominerende aktør, vil en fusion give os mulighed for at etablere stærke markedspositioner i Tyskland og England foruden på de hjemmemarkeder, de to selskaber har i Danmark, Sverige og Holland", fortsætter Åke Modig.

## Alternativ: Opkøb i Tyskland

"Ser man fusionen i et Arla-perspektiv, er der ingen tvivl om, at Campina har flere interessante strategiske markeder: Tyskland, Østeuropa og det hollandske hjemmemarked. Holland er faktisk et marked, hvor Arla har haft en ret pæn fremgang i de sidste år med vores specialoste. Det interessante er, at vi der ikke er i direkte konkurrence med Campina, da de ikke fremstiller den slags oste. Med Holland får vi yderligere et stort hjemmemarked, som gør, at vi kan foretage 'cross-border-sale'. Vi kan sælge Campina-sortiment i Skandinavien, og Arla-sortiment i Holland."

"I Tyskland bliver vi større uden dog at blive en rigtig tung leverandør som i England. Men vi får skabt synergi og stabilitet på det tyske marked. Tyskland er jo i forvejen Arlas største eksportmarked, når det gælder ost. Sammen med Campina kan vi bygge et rigtigt stærkt fodfæste i Tyskland. Og skabe yderligere tilvækst. Det bliver et strategisk vigtigt marked."

"Alternativet til en fusion med Campina er at gå på opkøb i Tyskland. Og det er en langt sværere og meget kapitalkrævende strategi, idet de tyske mejeriselskaber inden for specialoste er utroligt dyre."

"Vi har jo England på plads, så man kan sige, at vi ordner en engelsk mulighed for Campina. Overordnet set komplimenterer vi hinanden rigtig godt, både når det gælder sortiment og kunder. Arla Foods er stærk inden for specialoste og en gul ost som mozarella, mens Campina har sin styrke inden for yoghurt, dessert og gule oste som gouda og edam. Der er meget lidt overlap. Samtidig har vi vældig mange andre vigtige eksportmarkeder tilfælles, hvor vi sammen kan flytte noget. Grækenland er sådan en marked, Spanien er sådan et marked, Italien er sådan et marked. Det giver nogle spændende muligheder for at vokse."



"Ser man fusionen i et Arla-perspektiv, er der ingen tvivl om, at Campina har flere interessante strategiske markeder: Tyskland, Østeuropa og det hollandske hjemmemarked," siger Arla Foods' adm. dir., Åke Modig.

## Nye mejerier i Østeuropa

En af de helt store udfordringer – og muligheder – for et fusioneret Campina Arla ligger ifølge Åke Modig i Østeuropa.

"Campina er kommet lidt længere end os i Østeuropa, men vi har ikke fået løst det strategiske problem. Det ændrer ikke billedet. Det er et marked, som det er naturligt at bygge videre på. Man kan sige, at fusionen giver os en lidt bedre start.

Vi vil komme til at opkøbe eller etablere nye mejerier derovre. Etablering af nye er nok det mest sandsynlige. Hvis man ser på de mest fremgangsrige mejeriselskaber i Østeuropa, så er det dem, der selv har bygget. Det er faktisk svært at finde noget, som er fornuftigt fra begyndelsen. Østeuropa har behov for nye anlæg og nye mejerier, en fornyelse af mejeriindustrien.

Den del af Østeuropa, som er blevet medlem af EU, vil opleve stor forandring. Midlerne fra EU's strukturfonde vil bevæge sig fra Syd- til Østeuropa. På det område vil vi se nye spændende projekter, og vi skal selvfølgelig være opmærksomme på, om det er noget, vi kan deltage i."

## Stigende råvarepriser i det nye EU

"Det går stærkt med mejeriindustrien i Østeuropa i øjeblikket. Mange frygtede, at

udvidelsen af EU ville medføre en strøm af billig mælk fra Østeuropa ind i interventionssystemet og ind på det europæiske marked. Men det har jo næsten været tværtimod. Vi har oplevet stigende mælkepriser i Polen, og strømmen af mejeriprodukter går mest den anden vej – fra Tyskland ind i Polen. Det hænger ikke mindst sammen med, at Rusland, verdens næststørste olieeksportør, på grund af de høje oliepriser har øget importen af mejeriprodukter fra Østeuropa. De nye medlemslande har – med eksportstøtte fra EU – kunnet eksportere ind i det russiske marked, hvilket har givet dem mulighed for at betale de stigende råvarepriser.

Men det går stærkt, synes jeg. Der er jo ikke engang gået et år, og man har allerede set stigninger i råvareprisen på mælk på op mod 60 pct. Østeuropa har stadig de laveste priser, men alligevel. I Estland og Polen har maginalpriserne stort set kunnet matche de tyske priser.

Det har været godt for Europas mejeriindustri, at Østeuropa ikke er blevet den belastning for EU's interventionssystem, som man frygtede. For systemet har sandelig været belastet nok i forvejen".

### To eller tre mejericentre i Europa

Med Campina Arla-fusionen under opsejling ser Åke Modig linjerne til et ny, skarpere opdeling af det europæisk mejerikort tegne sig.

"Det har været min teori, at der bliver to eller tre mejericentre i Europa. Et i Frankrig med Lactalis som den drivende kraft og et nordisk-hollandsk med Arla og Campina i centrum og endelig et tysk. Vi har i løbet af 2004 set et forsøg på at skabe et mejericentrum i Tyskland gennem fusionen mellem Nordmilch og Humana. Det lykkedes ikke, men jeg skulle blive overrasket, hvis ikke ideen dukker op igen. Tyske mælkebønder har en drøm om at skabe et stort tysk andelsselskab, og hvis fusionen mellem Arla og Campina går igennem, vil det i sig selv lægge et pres på de tyske mejerier til at kigge på hinanden igen. Men der går nok et stykke tid. I øjeblikket er der rent prismæssigt for stor afstand mellem de to selskaber, og det er vigtigt, at synergierne i en fusion ikke spises op af forskellen i afregningspris. Nordmilch er i gang med et stort omstrukturingsprogram, som jeg ønsker dem held og lykke med. For det er ikke nogen særlig god situation at have en spiller med så lav indtjening, som Nordmilch har – tæt på vores grænse."

Åke Modig vil ikke fuldstændig afvise, at et samlet Campina Arla på et tidspunkt vil kigge på fusionsmuligheder i Tyskland.

## "Alternativet til en fusion med Campina er at gå på opkøb i Tyskland. Og det er en langt sværere og meget kapitalkrævende strategi."

Åke Modig, adm. direktør i Arla Foods

"Jeg kan ikke udelukke det – men jeg tror det ikke. Mælk uden markeder giver ingen mening, og man kan købe enorme mængder mælk i Europa i dag. Der findes al den mælk, man behøver. Det interessante er at få markedspositioner, strategiske positioner og brands. At få styrke."

### Vil lever i lavprissamfundet – og vi elsker det

Men et er, hvordan de store mejeriselskaber i Europa positionerer sig i forhold til hinanden, noget andet – og måske mindst lige så betydningsfuldt – er, hvordan markedet kommer til at udvikle sig i fremtiden. Hvilke produkter forbrugerne vil efterspørge, og til hvilken pris. Man behøver næppe at have en doktorgrad i afsætningsøkonomi for at kunne se, at en af de dominerende trends hedder discount.

"Forbrugerne forventer mere for mindre. Det er en uhørt stærk trend i samfundet, man behøver bare at gå til sig selv. Vi lever i lavprissamfundet, og vi elsker det. Jeg tog på forretningsrejse til London med Ryan Air og betalte 295 danske kroner for en flyrejse, som for nogle år siden havde kostet 3.000 kr. Og jeg elsker at fortælle mine kolleger om, hvor billigt man kan komme til London, hvis man flyver kl. ni om aftenen i stedet for klokken fem.

Men når det kommer til mejeriprodukter, vores egen virksomhed, så hader vi det, så synes vi, at det er frygteligt, at man ikke kan sælge kvalitet til en høj pris. Jeg tror, at mange virksomheder bliver lidt overraskede over den her udvikling, fordi man

hidtil har drevet udviklingen den modsatte vej. Forsøgt at tilføre produkterne nye egenskaber og mere værdi for øge fortjenesten. Men det er en farlig filosofi, når markedet pludselig går den anden vej."

"Tag for eksempel et utroligt fremgangsrigt skandinavisk selskab som IKEA. De har virkelig givet mere for færre penge. Det er ikke absolut højeste kvalitet, men man får et fornuftigt produkt. Ingen ville drømme om at købe en reol fremstillet i Rusland, men i IKEA's smarte svenske design går det fint."

### Mejerier uden mælk

"Her tror jeg, at vi i mejeriindustrien bør fundere: Hvad kan vi gøre for at give forbrugerne mere for mindre. Vi er faktisk ofte bedre til at lære andre kundegrupper at fremstille lavprisprodukter. Når vi for eksempel sælger 'functional proteins', som er fremstillet af valle, så lærer vi kunderne, hvordan man kan erstatte fedt og andre dyrere ingredienser ved hjælp af valleprotein. Vi er mindre gode til at bruge den type teknologi selv. Vi har jo stor teknologisk indsigt i, hvordan man kan anvende vegetabilsk fedt i stedet for smørfedt. Den viden, vi har om fedt og protein, kan man altså anvende til at udvikle flere spændende produkter."

"I dag kan man sælge skummetmælk, kalde det minimælk og faktisk 'brande' det til en næsten højere pris end fuldfedt mælk. Fordi værdien hos forbrugeren er noget andet, end de traditionelle kalkuler viser. En værdi består ikke kun af selve produktionsprocessen – man skal passe på ikke at blive fanget i den gamle mejeriokonomi."

"Markedet for private label vokser. Og holder man udelukkende fast i brands så kommer man til at arbejde på et meget mindre marked i morgen end i dag. For store selskaber er det næsten umuligt kun at arbejde med brands. Det er helt nødvendigt at bygge private label op. Hvis man skal være fremgangsrig inden for private label, kræver det en anden mental filosofi. Man må arbejde på et meget mere omkostningseffektivt sæt. Og på det område har både Arla Foods og Campina hidtil været rimeligt fremgangsrig. Vi er vokset på private label."

"Men derfor kan man godt være bekymret for; hvad bliver næste skridt i lavprisudviklingen. Vi kan risikere, at der kommer en ny slags konkurrence. For eksempel fra mejerier uden frisk mælk, hvor man arbejder med vegetabilsk fedt, mælkepulver og lidt vand og får fornuftige produkter ud af det." ■

Tekst og foto: Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk

# Danske mejerier hilser fusion velkommen



## Campina – kort fortalt

**Branche.** Både privatmejerierne og øvrige danske andelsmejerier tror på positive effekter for branchen.

Fusionen mellem Arla Foods og hollandske Campina giver ikke den øvrige danske mejeribranche søvnløse nætter. Tværtimod ser *Hans Henrik Lund*, formand for de 13 danske privatmejerier, flere fordele i en ny stor koncern.

“Det er godt for branchen med et stort lokomotiv, som giver bevågenhed omkring uddannelse og forskning på området. Det skaber ringe i vandet, som kommer os alle til gode,” siger Hans Henrik Lund, som også er vicedirektør i Tholstrup Cheese.

Når det gælder konkurrencen, tror han ikke på, at markedet bliver sværere for de mindre mejerier. “Når to selskaber bliver til ét, er der ét mindre at konkurrere med. Og erfaringerne viser, at detailkæderne vil have mere end ét mejeriselskab på hyl-derne. Derfor tror jeg, at fusionen kan give åbninger og nicher til de mindre mejerier, som ellers ikke ville opstå,” siger han.

### Små andelsmejerier positive

De øvrige andelsmejerier er repræsenteret af *Niels Bruun* fra Andelsmejeriet Sædager i Mejeriforeningens bestyrelse. Han er heller ikke bekymret over fusionen.



Niels Bruun, formand for Sædager Mejeri: “De seneste fusioner, som Arla Foods har været part i, har ikke gjort det sværere for os små.”

konsummælk er blevet større i de senere år.

“Arla bliver primært styrket i forhold til de øvrige store europæiske mejeriselskaber og i forhold til detailkæderne. Det vil også være en fordel for os, at kæderne får sværere ved at trykke priserne – både på det danske marked og ude på eksportmarkederne,” siger Niels Bruun.

“Og kan det være med til at give en højere mælkepris, vil det komme alle mælkeproducenter til gode.” ■

Lars Winther  
lwi@mejeri.dk

“De seneste fusioner, som Arla Foods har været part i, har ikke gjort det sværere for os små, og i dag er der et godt forhold mellem de små mejerier og Arla Foods,” siger Niels Bruun.

Han henviser eksempelvis til, at de små mejeriers markedsandel for

### Selskaber og driftssteder

**Holland:** 11 driftssteder i Best, Eindhoven, Heiloo, Hilversum, Limmen, Maasdam, Oldenzaal, Oud Gastel, Rotterdam, Woerden samt Saint Paul en Jarez (Frankrig)  
Antal ansatte: 3.277

**Tyskland:** 8 driftssteder inkl. et i Østrig: Berlin, Elsterwerda, Gütersloh, Heilbronn (hovedkontor), Cologne, Prenzlau, Schiefelz samt Stainnach (Østrig)  
Antal ansatte: 2.208

**Internationalt:** Driftssteder Aalter og Sleidinge (Belgien), Vegehl og Rijkevoort (Holland), Torun, Winnica og Warsawa (Polen), Bucharest (Rumænien) Moskva og Stupino (Rusland)  
Salgskontorer i Barcelona (Spanien) og West Sussex (England).  
Antal ansatte Polen og Rusland: 396,  
Campina International totalt: 1.164

**Produkter:** Campina er førende inden for drikkemælk (frisk og UHT) i Holland, Tyskland og Belgien.  
Andre betydningsfulde produktgruppe er yoghurt, desserter og ost (gouda, edam m.m.).

**Stærke forbrugerbrands:** Campina, Landliebe og Mona.



Gouda og edam har en central placering i Campinas osts assortment.

### Mere viden:

Både Arla Foods og Campina præsenterer en omfattende vifte af baggrundsinformation om fusionen på deres hjemmesider. [www.arlafoods.dk](http://www.arlafoods.dk) og [www.campina.com](http://www.campina.com). Campina har sågar lavet en særlig fusion-hjemmeside: [www.campina.com/campina-arla-merger](http://www.campina.com/campina-arla-merger)

## Fusionshistorie

Campina:

**1979:** Andelselskabet DMV Campina stiftes

**1989:** Fusion: DMV Campina og Melkunie Holland. Det nye selskab får navnet Campina Melkunie.

**1997:** Joint venture mellem Campina Melkunie og det tyske Milchwerke Köln/Wuppertal til dannelse af selskabet Tuffi Campina.

**1999:** Fusion: Tuffi Campina og tyske Emzett. Det nye selskab får navnet Tuffi Campina Emzett.

**2001:** Campina Melkunie overtager det tyske mejeriselskab Milchwerke Köln/Wuppertal.

Samme år skifter Campina Melkunie navn til Campina.

**2004:** Arla Foods og Campina offentliggør den 8. december planerne om en fusion mellem de to selskaber.

Arla Foods:

**1972:** Mejeriselskabet Danmark stiftes

**1988:** Mejeriselskabet Danmark skifter navn til MD Foods

**1999:** Fusion: MD Foods og Kløver Mælk. Det nye selskab får navnet MD Foods.

**2000:** Fusion: MD Foods og det svenske mejeriselskab Arla. Det nye selskab får navnet Arla Foods

**2003:** Fusion: Arla Foods' britiske datterselskab og det engelske mejeriselskab Express Dairies. Det nye børsnoterede selskab får navnet Arla Foods UK plc.

# Afregningsprisen på mælk skal op igen

☞ Jeg håber, at hele produktionskæden fra producent til mejeri samt Dansk Landbrug, Dansk Kvæg og især Mejeriforeningen vil være med til at tænke nye tanker og i hvert fald ikke spænde ben for producenternes initiativer til at få afregningsprisen hævet.

Af formand Peder Mouritsen  
Landsforeningen af Danske Mælkeproducenter



For danske mælkeproducenter har afregningsprisen absolut højeste prioritet i opfattelsen af, om ens mejeri gør det godt eller skidt. Det er opmuntrende, at den tilbageværende underskov af mindre mejerier fra en kant af kan afregne med en bedre pris end storebror Arla Foods. Det fortjener de stor ros for, og på den baggrund er der bestemt ingen grund til at se skævt til dem endside at genere deres afsætning. Det har aldrig været i producenternes interesse, at mejerier skulle føre krig mod hinanden hverken på pris eller på indvejning. Jeg så hellere, at mejerierne og landbrugsorganisationer fandt fælles veje til at hæve afregningsprisen.

## Afskaf overproduktion

Det er frustrerende at se, at supermarkedernes udsalgspris på mælk oftest er lavere end prisen på kildevand. Det er i hvert fald et tydeligt udtryk for, at prisen ikke længere afspejler omkostningerne til fremstilling af varerne.

Afregningsprisen på mælk er nu så lav, at produktionsøkonomien er truet. Ikke kun her i landet men for en stor del af producenterne i hele Europa. "Der er overproduktion i Europa", får vi at vide af mejeriet. Hvis det virkelig er årsagen til de lave afregningspriser, så lad os dog komme denne overproduktion til livs i stedet for at øge kvoten, som det er vedtaget i EU-regi.

## Kvoten ned med 10 pct.

Hvis en overproduktion på måske 10 pct. kan smadre prisen på hele produktionen, må disse 10 pct. blive afsat med et bragende underskud, som producenterne betaler via en lavere afregningspris. De eneste vindere er de ansatte på mejeriet, som hæver deres løn for en urentabel produktion.

I Amerika er en række producenter gået sammen om et såkaldt CWT-program, som giver producenter støtte for at forlade mælkeproduktion. Måske skal vi i Europa overveje at beskære alle kvoter med 10 pct. og begrænse mejeriernes produktionskapacitet tilsva-

rende. Hvis det kan få afregningsprisen til at stige bare otte pct., ville producenterne være godt kørende. Jeg ved ikke, om det er en god løsning, men jeg kan se, at hele andelstanken og -systemet trænger til en fordomsfri reorganisering.

Ser man på, hvordan mælkeproducenter både i og uden for Europa afsætter mælk, er der ideer nok til inspiration. En lav transportomkostning kan være løsningen på mange problemer med afsætning. I Amerika er det ikke unormalt at flytte råmælk 2.000 km i tankbil. Herhjemme vil det koste ca. 25 øre pr. kg at sende en tankvogn fyldt med mælk til Norditalien. Det koster fem øre at få Arla Foods til at afhente mælken. Byder et italiensk mejeri således 20-25 øre eller mere over prisen, ja så er det en bedre afregning, end vi er vant til.

Men som mejeristrukturen er i dag, er det indlysende, at det er landmanden selv, der skal opsøge den gode forretning.

I udlandet har jeg også set, hvordan en ansat mælkehandler udelukkende havde til opgave at skaffe den bedste pris til en gruppe på omkring 30 leverandører. Er det måske også løsningen for os? I europæisk regi deltager Landsforeningen af Danske Mælkeproducenter i et arbejde, der skal tvinge afregningsprisen op ved at stå sammen om kravet om højere pris.

De nævnte ideer er tanker, der ligger fjernt fra den danske mælkeproducent i dag, men i virkeligheden skal vi kun til England, hvor Arla Foods overbyder andre mejerier for at aftage mælken.

Deltag i debatten på  
[www.mejeri.dk/debat](http://www.mejeri.dk/debat)

Jeg håber, at hele produktionskæden fra producent til mejeri samt Dansk Landbrug, Dansk Kvæg og især Mejeriforeningen vil være med til at tænke nye tanker og i hvert fald ikke spænde ben for producenternes initiativer til at få afregningsprisen hævet. Hvis vi ikke kan overleve på de hjemlige mejeriers afregningspris, er jeg sikker på, at driftige producenter vil finde nye kanaler. ■

## Statistik

### Danmarks eksport til de nye EU-lande

Maj-september (1.000 DKK)

	2003	2004
<b>Ost</b>		
Cypern	2.154	5.906
Estland	865	1.021
Letland	311	731
Malta	10.124	11.304
Polen	4.750	21.558
Slovakiet	72	70
Slovenien	271	850
Tjekkiet	1.642	1.491
Ungarn	2.009	2.406

### Smør

Cypern	311	470
Estland	0	0
Letland	0	0
Litauen	0	0
Malta	831	788
Polen	861	1.986
Slovakiet	0	0
Slovenien	0	0
Tjekkiet	0	31
Ungarn	266	453

### Konserves

Cypern	0	0
Estland	0	3
Letland	42	7
Litauen	11	47
Malta	0	0
Polen	27	0
Slovakiet	0	184
Slovenien	0	22
Tjekkiet	26	20
Ungarn	41	192

Kilde: Danmarks Statistik

### International mejeriproduktion (1.000 ton)

	2003	2004
<b>USA</b>		
Smør	564	541
Ost	3.900	4.017
SMP/WMP	738	731
	<b>02/03</b>	<b>03/04</b>
<b>New Zealand</b>		
Smør	390	410
Ost	285	305
SMP/WMP	910	946
<b>Australien</b>		
Smør	149	131
Ost	368	366
SMP/WMP	385	365

Kilde: ZMP

Note: Produktionstallene for USA i 2004 er et estimat baseret på produktionen i de ni første måneder af dette år.

**Mælkeproduktionen falder i øjeblikket en smule i EU.** En del af faldet kan tilskrives en kold sommer med relativt dårlige betingelser for produktion af grovfoder. Dertil har en stor kvoteoverskridelse i kvoteåret 03/04 betydet, at mælkeproduktionen i kalenderåret 2004 i en del lande efterfølgende er startet på et lavere niveau end normalt. Produktionen forventes at stige hen imod afslutningen af kvoteåret 04/05.

### Mælkeproduktionen i udvalgte EU-lande og EU i alt (1.000 ton)

	2003	2004*	Kvoten - 2004/05
Danmark	4.536	4.440	4.455
Frankrig	23.156	22.850	23.854
Holland	10.696	10.430	10.995
Italien	10.600	10.500	10.317
Polen	7.365	7.700	8.500
Storbritannien	14.555	14.100	14.448
Tyskland	27.320	27.050	27.769
<b>EU-15 i alt</b>	<b>116.041</b>	<b>114.637</b>	<b>117.777</b>
<b>EU-25 i alt</b>	<b>131.532</b>	<b>130.352</b>	<b>134.583</b>

\* Estimeret

Kilde: ZMP

### Europæisk produktion (1.000 ton)

		Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Årialt	Årialt/ til dato i % af året før
<b>Smør</b>									
Danmark	2003	4,8	3,8	3,4	3,9	3,4	3,5	53	108
	2004	3,5	3,8	3,6	3,7	3,7			89
Tyskland	2003	35,1	36,7	31,1	32,1	36,1	33,0	452	104
	2004	37,4	35,7	33,0	31,8	34,1			98
Frankrig	2003	35,3	31,3	25,1	26,8	32,5	31,0	428	96
	2004	31,3	29,4	27,1	27,5				95
Holland	2003	9,0	9,2	7,1	7,7	7,9	8,6	117	98
	2004	7,4	7,8	7,4	7,5				83
UK	2003	15,9	12,6	11,7	11,2	10,5	12,3	147	109
	2004	14,4	15,1	14,6	14,7				118
<b>EU-15</b>	<b>2003</b>	<b>150,2</b>	<b>142,9</b>	<b>120,6</b>	<b>124,2</b>	<b>132,4</b>	<b>125,2</b>	<b>1.724</b>	<b>101</b>
	<b>2004</b>	<b>144,6</b>	<b>140,8</b>	<b>130,8</b>	<b>128,1</b>				<b>87</b>
Polen	2003	13,4	14,6	13,6	14,0	13,4	11,2	151	100
	2004	14,6	15,6	14,1	14,2	14,5			109
<b>EU-25</b>	<b>2004</b>	<b>167,4</b>	<b>164,6</b>	<b>153,3</b>	<b>150,7</b>				
<b>Ost (komælk)</b>									
Danmark	2003	26,6	27,4	27,2	26,2	28,0	28,1	327	102
	2004	28,7	28,6	29,0	28,8	29,4			103
Tyskland	2003	152,5	159,2	148,1	151,6	157,5	141,9	1.816	103
	2004	162,3	156,6	159,3	153,7				102
Frankrig	2003	132,6	138,2	130,9	139,1	146,4	132,7	1.656	100
	2004	144,6	139,0	135,2	142,0				102
Italien	2003	84,3	85,7	81,6	82,0	86,7	85,4	1.013	99
	2004	86,5	88,9	83,1	84,0				101
Holland	2003	51,8	54,2	54,1	54,8	57,9	54,1	654	103
	2004	54,3	57,1	54,2	53,8				103
<b>EU-15</b>	<b>2003</b>	<b>546,8</b>	<b>563,0</b>	<b>534,6</b>	<b>545,8</b>	<b>568,2</b>	<b>522,4</b>	<b>6.569</b>	<b>101</b>
	<b>2004</b>	<b>578,9</b>	<b>565,0</b>	<b>555,1</b>	<b>555,2</b>				<b>101</b>
Polen	2003	37,4	37,6	40,1	39,7	41,6	38,6	466	104
	2004	41,8	40,8	42,0	42,9	42,0			108
<b>EU-25</b>	<b>2004</b>	<b>652,0</b>	<b>636,9</b>	<b>628,2</b>	<b>629,9</b>				
<b>SMP + WMP</b>									
Danmark	2003	10,8	11,3	10,6	11,1	11,0	9,6	126	102
	2004	9,1	8,9	9,0	7,5	8,1			83
Tyskland	2003	38,6	40,5	31,5	30,3	29,7	28,6	456	99
	2004	33,4	30,4	24,2	27,2				84
Frankrig	2003	44,6	35,9	27,9	25,4	32,0	32,2	484	89
	2004	35,3	26,9	23,5	25,4				88
Holland	2003	13,6	15,5	13,2	13,0	14,0	13,6	182	111
	2004	14,3	13,2	11,9	10,8				87
UK	2003	24,0	19,5	18,6	14,8	11,6	11,7	218	125
	2004	18,0	14,3	14,0	10,3				77
<b>EU-15</b>	<b>2003</b>	<b>181,5</b>	<b>169,3</b>	<b>140,2</b>	<b>126,9</b>	<b>129,1</b>	<b>122,5</b>	<b>1.910</b>	<b>99</b>
	<b>2004</b>	<b>154,4</b>	<b>137,4</b>	<b>120,9</b>	<b>110,9</b>				<b>87</b>

Kilde: ZMP

## Mejerinoter

### Indland



**Slut med skolefrugt** fra nytår. Agrova Food amba har standset distributionen af frugt til danske skolelever. Baggrunden er ifølge firmaet en lille tilslutning til ordningen. I skoleåret 2004/05 var der således tilmeldt knap 4.000 børn.

Skolefrugtordningen er blevet til i et samarbejde med Mejeriernes Skolemælksordning

“Det er med beklagelse, at vi må konstatere, at Skolefrugtordningen stopper så brat. Det er et godt initiativ, der sætter fokus på en sund kost hos skolebørn, og vi havde gerne set, at ordningen kunne bevares,” siger *Winnie Pauli*, afdelingschef i Mejeriforeningens afdeling for Mælk & Ernæring.

**Grambogaard** – succesrigt gårdmejeri og -slagteri på Midtjylland – udvider ejerkredsen og omdannes til et aktieselskab, skriver Erhvervsbladet. Ny medejer og adm. dir. bliver *Kim Ladekjær*, som kommer fra en stilling som udviklingschef hos LandboFyn.

**Mælk og kræft** blev koblet sammen i en række historier i de danske medier i forgangne måned. Anledningen var en stor svensk undersøgelse fra Karolinska Institutet, som tydede på en sammenhæng mellem indtag af mælk og udvikling af cancer. ‘To glas mælk om dagen kan fordoble risikoen for kræft i æggestokkene’, skrev gratisavisen *Urban* således i en overskrift.

Hos Kræftens Bekæmpelse manede man dog til besindelse.

“Det er helt overgearet at advare kvinder mod at drikke mælk på baggrund af den nye undersøgelse. Der er tidligere lavet to undersøgelser, som antyder en

sammenhæng mellem mælk og kræft i æggestokkene, mens en række andre undersøgelser viser det stik modsatte: At indtagelse af mælk beskytter mod kræft i æggestokkene,” udtalte seniorforsker *Anne Tjønneland* hos Kræftens Bekæmpelse til Mejeriforeningens netnyheder.

“Der skal langt flere forskningsresultater på bordet, før vi med sikkerhed kan sige, om der er en sammenhæng eller ej. Folk bør tage det ganske roligt og ikke lade sig skræmme af den slags historier i medierne.”

**Enghavegård Osteri** hæver sin produktion af økologisk ost fra 10 til 12 ton i det nye år.

**Skolemælk** arrangerede i december en koncert med popstars-vinder *Christine Milton* for Tipperupskolens 600 elever. Det musikalske optrin var præmien i en konkurrence, som Mejeriernes Skolemælksordning udskrev i sommer i forbindelse med en reklamekampagne for den kvarte liter mælk til madpakken. *Laura Bonde Pedersen* fra Tibberupskolens 7.c vandt foran omkring 1.000 andre deltagere med en rap om at drikke mælk.

Samtidig kan Skolemælk notere et lille fald i antallet af elever, der har tilmeldt sig ordningen efter nytår. Ca. 5 pct. mod 10 pct. sidste år ved samme tid.

“Faldet efter jul skyldes dels, at nogle af de børnehaveklasselever, der meldte sig til i sommer, falder fra, og dels at nogle af forældrene glemmer at indsende bestillingerne for andet skolehalvår,” fortæller *Lars Witt Jensen*, marketingkoordinator i Mejeriforeningen.

Den relativt mindre tilbagegang i år skyldes, at 12 nye skoler har sluttet sig til ordningen, mens kun fire skoler har meldt sig ud.



En koncert med popstars-vinder *Christine Milton* var præmien i Skolemælks sommer-konkurrence.

### Udland

**Norges største mejeriselskab** Tine BA har i december haft besøg af ‘Konkurransetilsynet’ efter en påstand om konkurrenceforvridning. Anklagen kommer fra konkurrenten Synnøve Finden, der har 15-20 pct. af det norske marked.

Synnøve Findens adm. direktør *Dag Swanstrøm* fremfører i anklagen på selskabets hjemmeside, at dagligvarekæden Rema 1000 har opsagt aftalen med Synnøve Finden uden forhandlinger om næste års aftale. Tabet af kontrakten medfører et omsætningstab på omkring 80 mio. NOK, og den markedsandel får Tine.

“Med basis i det faktum, at vi er konkurrencedygtige hos de andre kæder, antager vi, at Tine har brugt et millionbeløb for at sikre sig total dominans på ost i Rema 1000,” udtaler *Dag Swanstrøm* på Synnøve Findens hjemmeside.

En kilde hos Tine BA oplyser, at ‘Konkurransetilsynet’ har været på besøg både hos Tine og i detailkæderne og har beslaglagt dokumenter, men at Tine naturligvis ikke mener, at de har begået noget ulovligt.

**Polen forventes at øge sin eksport** af mejeriprodukter til EU med omkring 52 pct., skriver nyhedsbrevet Dairy Markets. Vicepræsident i de polske mælkeproducenters organisation oplyser til nyhedsbrevet, at eksporten af mejeriprodukter fra Polen i 2004 vil få en værdi af 430 mio. euro. (Se i øvrigt statistik med Danmarks mejeriekseport til Polen og andre nye EU-lande på side 14 her i bladet).

**En tysk mejerifusion** faldt på plads på årets første dag. Det drejer sig om mejeriselskaberne Starmilch og Hochwald, som efter fusionen bliver Tysklands tredje største mejeriselskab efter Nordmilch og Humana. Hochwald/Starmilch forventes at forarbejde 1,8 mia. kg mælk årligt og nå en omsætning på 1 mia. euro.

**Verdens stærkest lugtende ost** bliver produceret i Frankrig under navnet Vieux Boulogne. Den bløde ost har vundet titlen i en test udført af en gruppe forskere på Cranfield Universitet i London, oplyser Ritzau. Forskere anvendte blandt andet en elektronisk næse til at lugte sig frem til vinderen. Vieux Boulogne lagres i syv til ni uger. Den efter sigende specielle og meget stærke lugt skyldes, at skorpen behandles med øl, der reagerer med enzymer i osten. Vieux Boulogne kan ikke købes i Danmark.



# AudiXX®

...vejen til bedre hygiejne



Innovative in Hygiene

## ***Software til auditering af hygiejnen indenfor mejeriindustrien***

- ✦ Giver et detaljeret billede af hygiejnestatusen på en fabrik
- ✦ Øjeblikkelig identificering af områder som kan forbedres
- ✦ Sammenligner resultater med industrinormer
- ✦ Reproducerbar auditering som giver overordnet benchmarking

**AUDIXX**  
by **ECOLAB**

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

**ECOLAB®**

Ecolab ApS, Food & Beverage Division  
Carl Jacobsens Vej 29-37, DK - 2500 Valby  
Tel. : +45 36 15 85 85, Fax. +45 36 15 85 99