

nr. 12 | 4. december | 2009
nyhedsmagasin om mejeribranchen

mejeri

Populær drik

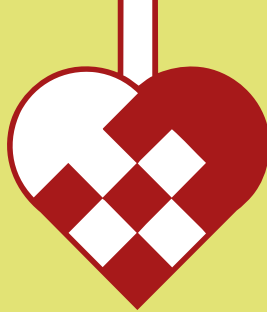
TEMA | DANSKERNES MÆLK | side 9-12

Grahams cheddar

SKOTTE MED PASSION FOR MEJERISTHÅNDVÆRKET | side 16

Rør blot ikke ved min gamle ost

JULEMANDENS FAVORITTER | side 14



God jul

Redaktionen ønsker læsere og annoncører en rigtig glædelig jul og et fornøjeligt nytår.

Næste nummer af mejeri udkommer den 8. januar 2010.

Hvid jul

Mælk er noget ganske særligt. Det burde være overflødigt at nævne i mejeribranchens blad, men på den anden side skulle det være så vældigt sundt at ranke ryggen en gang i mellem. Det er jo snart jul, og vi trænger til det.

Men den egentlige anledning til den indledende selvfedme er, at vi i dette nummer af bladet kan løfte sløret for en dugfrisk og omfattende undersøgelse af danskernes holdning til mælk. Den fortæller blandt andet, at flertallet danskerne er helt med på, at mælk er sundt, og at man bør indtage en halv liter af den hvide drik om dagen.

Samtidig viser besvarelserne, at den massive propaganda fra det kerne-sunde familieimperium mildt sagt ikke har den store klangbund i befolkningen. Påstanden om, at mælk er roden til en næsten uendelig liste af dårligdomme, betragtes af de fleste som noget religiøst sludder.

Kun seks pct. af de adspurgte opfatter 'de alternative' som en pålidelig kilde.

Kan vi få armene ned?

Det tror jeg da nok, vi kan. Sølle otte pct. af de samme mennesker betragter Mejeriforeningen som en troværdig kilde. Her er noget at arbejde med, som min sløjd lærer sagde i folkeskolen.

Nå, men julen står som sagt for døren, og så bør der vel rundes af med et par glade budskaber. Det kan vi sagtens. Mælken er der jo ikke noget galt med, og undersøgelsen påviser endda, at den hvide drik har potentialet til at få endnu højere status i fremtiden. Fordi den personlige sundhed for alvor vil komme i fokus, og fordi mælk har nogle egenskaber, der passer perfekt til denne trend. Vi skal bare huske at fremhæve nogle andre gode ting end mælkens høje indhold af calcium. Men det skulle vel ikke være så svært.

Mælk er jo noget ganske særligt.
Glædelig jul.

Peter Biisgård, pbi@lf.dk



Påstanden om, at mælk er roden til en næsten uendelig liste af dårligdomme, betragtes af de fleste som noget religiøst sludder.

"Eksperternes råd om at spise plantemargarine kan have slået mange danskere ihjel."

Lektor, ph.d. Tine Tholstrup, lektor ph.d. Lotte Lauritzen og lektor ph.d., professor, overlæge, dr. med. Arne Astrup, Institut for Human Ernæring, KU-Life. I et debatindlæg, hvor de kritiserer regeringens forslag om afgift på mættet fedt. I Berlingske Tidende, 9. nov.

"Min respekt for dansk ost har aldrig været særlig stor. Som barn kastede jeg ganske enkelt op, hvis min mor sneg et par skiver dansk skæreoost ned i en lasagne."



Mad- og vinredaktør Søren Frank i indledningen til en artikelserie, der fremhæver kvaliteten af nye, danske oste. I Berlingske Tidende, 22. nov.

"Andelshavere og andels-selskaber ser ikke sig selv som en samlet værdikæde. Udviklingen viser, at landmanden profitmaksimerer for sig selv og selskabet for sig. Det underminerer andelstanken."

Søren Andersen, der netop har lavet en MBA-hovedopgave om shareholder value i store andelselskaber. I dagbladet Børsen, 27. nov.

"Der sidder de så inde i storbyerne og synes, det er enormt hyggeligt, at Frank bruger hesteforspand og gammeldags landbrugsredskaber. Sådan skulle det bare være over det hele."

Fødevarerminister Eva Kjer Hansen (V) i en kritik af det 'Morten Korch'ske' syn på landbrug, som fremføres i tv-serien 'Bonderøven'. På Landbrug & Fødevarers delegeretmøde i Herning ifølge Midtjyllands Avis, 5. nov.

mejeri udgives af



Landbrug & Fødevarer
Frederiks Allé 22
DK 8000 Århus C
T +45 3339 4000
F +45 8731 2001
www.lf.dk

Redaktion

Sisse Vistesen (ansv.)
Peter Biisgård
Rasmus Holm Thomsen

Layout og produktion

Zeuner Grafisk as, Odder

Tryk

Zeuner Grafisk as, Odder

Annoncesalg

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

Abonnement

Årsabonnement:
kr. 400,-
Kontakt Marianne Kalriis
tlf. 8731 2073,
mk@mejeri.dk

Oplag

3.000 månedligt
Kontrolleret oplag: 1.019
1. juli 2007-30. juni 2008
Kontrolleret af:
Fagpressens Medie
Kontrol

Indholdet af mejeri må
gengives med kilde-
angivelse.

Materiale indsendt uopfordret kan ikke forventes returneret.

Forside

Ny undersøgelse kortlægger danskernes holdning til mælk
Foto: Mejeriforeningen

ISSN 1604-1259

Arla vil bygge verdens største konsummælksmejeri i England

BYGGEBOOM Arla Foods UK planlægger nyt mejeri med kapacitet til en mia. kg mælk. Det nye supermejeri skal i givet fald ligge i udkanten af London



Arla Foods har store planer i England. Som et led i selskabets vækststrategi i landet, har Arla Foods netop løftet sløret for et sine planer om at opføre et kæmpemejeri i udkanten af London. Mejeriet vil blive det største og mest teknologisk avancerede konsummælksmejeri i verden, og det giver Arla Foods mulighed for at skabe yderligere vækst i på det engelske konsummælksmarked. Mejeriet ventes at stå færdigt i 2012 og vil være helt i særklasse, når det gælder effektivitet og miljømæssige standarder.

Det forventes, at mejeriet vil beskæftige ca. 500 ansatte inden for produktion, distribution og administration.

Verdens mest miljøvenlige

“Arla Foods bygger en langsigtet og bæredygtig fremtid på det britiske marked, som etableringen af det nye mejeri også viser. Mejeriet skal bygges med den mest moderne teknologi og være det mest effektive og

miljøvenlige mejeri i verden,” siger koncerndirektør *Peter Lauritzen*, Arla Foods UK.

“Projektet er nu begyndt, og vi er netop ved at lægge sidste hånd på udvælgelsen af en byggegrund. De detaljerede planer vil blive præsenteret for Arla Foods’ bestyrelse i den første del af 2010. Vi har allerede et førende mejerianlæg i Stourton, Leeds, og det nye mejeri vil være i en hel ny liga, når det gælder produktion af mejeriprodukter.”

Fakta

Arla Foods’ nye planlagte mejeri i Storbritannien vil få en kapacitet på 1 mia. kg mælk, hvilket svarer til en femtedel af årsforbruget i landet.

Mejeriet vil kunne forsyne Londons 11 mio. mennesker med mælk hver dag.

Arlas planlagte mejeri vil få en kapacitet, som er fire gange så stor som Slagelse Mejeri.

MÆLKEPRIS Bestyrelsen i Arla Foods har besluttet at hæve afregningsprisen med 10 øre pr. 30. november. For en gennemsnitlig mælkeproducent betyder det en ekstra-indtægt på 100.000 kr. om året.

“De fleste mælkeproducenter har produceret med underskud, så det falder på et meget tørt sted,” siger Astrid Gade Nielsen, kommunikationsdirektør i Arla Foods.

Det er anden gang i år, at selskabet hæver afregningen med 10 øre.



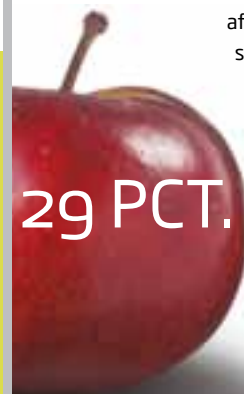
VIRKSOMHED Naturmælk forventer en vækst i produktion og indtjening på 5 pct. i 2009, oplyser mejerichef Leif Friis Jørgensen til dagbladet Børsen. Mejeriselskabets indvejning er steget med 1,5 mio. kg til 33 mio. kg, og omsætningen forventes af passere 200 mio. kr. i år.

I de senere år har Naturmælk haft en årlig vækst på op mod 25 pct.

EU Et stort flertal af medlemslandene har vedtaget et budget, der indeholder en

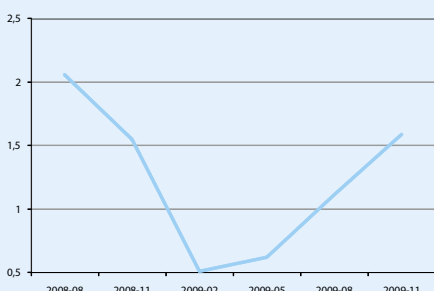
hjælpepakke på 2,25 mia. kr. til EU’s mælkebønder. Den danske andel af hjælpepakken forventes at blive 75 mio. kr., hvilket svarer til ca. 1,5 øre pr. kg mælk.

Det er endnu ikke afgjort, hvordan hjælpen skal udbetales.



af forbrugerne angiver prisen som det vigtigste, når de vælger fødevarer. På andenpladsen kommer ‘friskhed’ (18 pct.), mens ‘sundhed’ (15 pct.) er det tredjevigtigste på indkøbsturen. Tallene fremgår af en rundspørge, som Synovate har foretaget for magasinet FoodCulture blandt 1.000 danskere.

Mælkekvotebørsen i Danmark
Pris pr. kg kvote aug. 2008 til nov. 2009



Kilde: Mælkeudvalget

Prishop på kvotebørsen

Prisen på mælkekvote steg omkring 50 øre på novemberbørsen til en ligevægtspris på 1,55-1,61 kr. pr. kg.

640 mælkeproducenter fik handlet på børsen, der lukkede for bud 2. november. Der er omsat 55,5 mio. kg kvote. Det er en stigning i forhold til de senest afholdte kvotebørser.

I betragtning af at mælkekvotepriserne er under afvikling, burde priserne på kvotebørsen falde. Når de alligevel ikke gør det, kan det ifølge afdelingschef Herluf Dose Christensen, Mælkeudvalget, ses som et udtryk for, at en del mælkeproducenter har ønsket at gardere sig imod at skulle betale strafafgift af en eventuel kvoteoverskridelse til foråret.

Cykeltur mod sult



Et stærkt felt. Udvalgte ryttere efter etape 25 km rundt om Kerteminde Nor. Fra venstre: Generalsekretær Henrik Stubkjær (Folkekirkens Nødhjælp), adm. direktør Asbjørn Børsting (DLG), direktør Michael Stevns (Landbrug & Fødevarer/Mejeriforeningen), næstformand Steen Nørgaard Madsen (Mejeriforeningen), EU-kommissær Mariann Fischer Boel og hendes mand Hans Fischer Boel.

Dansk mejeribrug var med helt i front, da udvalgte ryttere fra landbrugs- og fødevareresektoren i slutningen af september trampede pedaler til fordel for verdens sultende ved et velgørenhedsarrangement i Munkebo på Fyn. I feltet sås således Mejeriforeningens næstformand *Steen Nørgaard Madsen* og formand for Mejeriudvalget *Michael Stevns* (direktør i L&F) side om side med landbrugskommissær *Mariann Fischer Boel*. 350 mennesker stred sig igennem diverse motionsløb på cykel eller i løbesko i det flotte landskab rundt om Munkebo på

Nordfyn. Bag motionsløbet stod Folkekirkens Nødhjælp, Dansk Cyklistforbund og en række frivillige landet over, der gennem en række lignende arrangementer samler ind til Folkekirkens Nødhjælps arbejde for en verden uden sult.

I Munkebo blev der trampet og løbet 120.000 kr. ind. Nogle af pengene går til at donere cykler til fattige kvinder i Malawi. En cykel betyder, at kvinderne kan komme til markedet med deres afgrøder. Flere end 800 mio. mennesker sulter verden over.

UDDANNELSE 27 studerende, heraf

11 fra Arla Foods UK, er netop startet på en ny mejeriuddannelse i UK. Initiativet til den nye uddannelse kommer fra Arla, som har fået de øvrige mejeriselskaber med på ideen.

”De britiske mejeriselskaber er i benhård konkurrence, og det er helt uhørt at samarbejde om noget så vidtrækkende. Men vi kunne ikke løfte det store projekt alene, og da konkurrenterne hørte om vores idé, blev de meget engagerede,” fortæller Jens Termansen, direktør for supply chain-udvikling i Arla.

Uddannelsen til Dairy Technogist foregår på et college i Manchester, hvor man netop er i gang med at opføre et træningsmejeri.



PRODUKT Thise Mejeri indstiller

produktionen af sin traditionelle Thilde-kakaomælk. Fremover vil mejeriet udelukkende producere laktosefri kakaomælk, skriver Politiken.



”Nogle få procent af danskerne kan ikke tåle laktose, men den gruppe af danskere, der tror, at de ikke kan tåle mælk er betydeligt større. På den måde kommer vi i kontakt med forbrugere, der er tilbøjelige til at fravælge mejeriprodukter,” fortæller salgsschef Mogens Poulsen, Thise Mejeri.

VIRKSOMHED Det lille, 125 år gamle

Glud Mejeri har indgået partnerskab med tre forretninger, der fremover vil sælge vin, blomster, keramik m.m. i mejeriets butik - side om side med mejeriets oste. Formålet er at trække flere kunder indenfor.

Ny kommissær med anderledes baggrund

EU har netop udnævnt rumæneren Dacian Ciolos som ny landbrugskommissær. Kirsten Holm Svendsen, chef for Danish Dairy Board Brussels, kommenterer udnævnelsen.

Hvad betyder udnævnelsen for EU's landbrugspolitik?

Dacian Ciolos er udnævnt med støtte fra både Frankrig og Tyskland. Da kommissæren i øvrigt er uddannet i Frankrig og har arbejdet i Frankrig i en årrække, kan man frygte, at franske standpunkter vil komme til at stå stærkt i den ny kommissærs verdensbillede. Kommissærens baggrund som embedsmand og mindre politisk erfaring gør, at det er svært på forhånd at sige, hvorledes han vil forholde sig til yderligere reformer.

Hvad betyder det for mejeribrug?

Nu skal man jo ikke tage sorgen på forskud, men det kan betyde langsommere reformproces fremover og måske oven i købet en udvikling hen i mod en mere reguleret produktion frem for det frie marked, som vi mener er rigtigt. Samtidig vil Ciolos formentlig blive talerør for de nye medlemslandes ønsker om ensartede støttesatser.

Skal Landbrug & Fødevarer arbejde på en anden måde?

Det er klart, at vi har haft en fordel af en dansk kommissær, som på mange måder havde samme tankegang som os. Jeg forudsiger, at vi skal bruge meget mere tid på at forklare baggrunden for vores holdninger over for den nye kommissær, hvis vi skal finde forståelse for vores standpunkter.

Samtidig får Parlamentet jo større indflydelse i kraft af Lissabontraktaten, og Parlamentet har hidtil ikke vist sig særlig reformvrigt. Skal man se den positive side af sagen, så får vi fremover to steder at øve indflydelse. Dette giver mere arbejde for os, men også samtidig ”to skud i bøssen”.



Kirsten Holm Svendsen

Food Plant Design

Totalrådgivning til mejeriindustrien



Kuwaiti Danish Dairy – Subhan, Kuwait

Genetablering af mejerivirksomhed efter storbrand

KDD's produktionsanlæg blev i oktober måned ramt af en brand, som lagde hele produktionsanlægget ned. COWI bidrager med specialitydelser inden for mejeriprocessanlæg og skadesopgørelse, og er som totalrådgiver ansvarlig for genetableringen af KDD's produktionsanlæg.



Yderligere information omkring COWIs specialitydelser til mejeriindustrien kontakt Ivan Dalsgaard på mail eller tlf. ivda@cowi.dk. Tlf. nr. 2428 6437

COWI er en førende nordeuropæisk rådgivningsvirksomhed. Vi arbejder med ingeniørteknik, miljø og samfundsøkonomi over hele verden under hensyn til miljø og samfund. COWI er førende på sit felt, fordi vores 6000 medarbejdere hver især er det på deres.

COWI
www.cowi.dk



Kittelmand Manfred Hansen i gang med kernen i LMU mødet mellem gæst, fagmand og ikke mindst de mange produkter, som var opstillet på parade i hal K i Herning Messecenter.

En fin, lille udstilling

BRANCHEFEST Glade vindere, masser af mejeriprodukter og livlige samtaler på tværs af mejerier og andre af branchens udstillere. Årets Landsmejeriudstilling lignede sig selv - på trods af et fald i antallet af gæster

Med lige knap 1.000 udstillede mejeriprodukter på bordene i hal K, var der den 10. og 11. november linet op til endnu en Landsmejeriudstilling af den gode gamle slags i Messecenter Herning. Og dog. Årets udstilling var den første rent danske siden 2004 - uden deltagelse af de andre nordiske lande og uden en parallel FoodPharmatech-udstilling til at trække publikum til. Udstillingen i hal K blev besøgt af 2.280 gæster, hvilket er betydeligt færre end normalt.

Men opbakningen fra mejerierne var helt i top, som Mejeriforeningens nye formand, *Jan Toft Nørgaard*, konstaterede i sin åbningstale.

"Tilmeldingen af produkter vidner om den meget store opbakning, der er blandt mejerierne til Landsmejeriudstillingen. I alt står der 971 produkter på bordene i hallen her. Det synes jeg er et stærkt signal og utvetydig tilkendegivelse af, at Landsmejeriudstillingen fortsat bliver prioriteret på

mejerierne," sagde han og fortsatte: "Jeg tror ikke, at man skal undervurdere betydningen af Landsmejeriudstillingen og disse dage i Herning, hvor vi i branchen mødes. Udstillingen er simpelthen en del af fundamentet for de kvalitetsprodukter, som de danske mejerier leverer hver eneste dag."

Farvel til Henning Clausen

Samtidig med at Jan Toft Nørgaard trådte op på scenen i Herning for første gang, betød årets udstilling et farvel til udstillingsudvalgets mangeårige formand, *Henning Clausen*. Hans betydning for Landsmejeriudstillingen kunne heller ikke undervurderes, mente

"I 26 år har du lagt krop og sjæl i at få udstillingen til at funkle og fungere," sagde Mejeriforeningens formand Jan Toft Nørgaard (tv) til formanden for udstillingsudvalget, Henning Clausen, som efter årets udstilling trådte tilbage fra posten.





Den nye formand for udstillingsudvalget bliver fundet på et møde i udstillingsudvalget den 25. januar.

Nye ideer

På trods af det faldende antal gæster er man fra arrangørernes side godt tilfredse med årets Landsmejeriudstilling. Man er dog samtidig åben over for at kigge på nye modeller for at øge publikumsinteressen.

“Da vi i sin tid planlagde udstillingen, frygtede vi, at den økonomiske krise ville medføre, at mejerierne tilmeldte færre produkter. Men det skete heldigvis ikke. Tværtimod har vi oplevet 100 pct. opbakning fra mejeriernes side,” fortæller udstillingsudvalgets sekretær, *Sven Ålborg*.

“En anden positiv oplevelse har været den store opbakning fra de frivillige hjælpere: mejeristeleverne fra Kold College, studerende fra KU-Life og alle de produkt eksperter, som mejerierne har stillet til rådighed. De er med til at skabe grundlaget for en ny branchekultur med nye ildsjæle. Det lover godt for fremtiden og betyder, at mejeribranchen fortsat vil have et sammenhold, som man ikke finder i andre brancher.”

“Alle de mejerifolk, jeg har talt med under og efter udstillingen, har været meget tilfredse med arrangementet. De fik talt med de branchekontakter, de havde behov for, og hæfter sig ikke ved det lavere besøgstal. Men derfor bør man da alligevel kigge på, om man skal gøre noget for at tiltrække flere gæster. Det kan være, at man skal slå udstillingen sammen med AgroMek og på den måde give flere mælkeproducenter mulighed for at opleve Landsmejeriudstillingen. FoodExpo kunne være en anden samarbejdspartner, hvor man kan få kontakt med mejeriernes kunder. Der er mange muligheder. Og det vil jeg da lægge op til, at vi får en snak om i udstillingsudvalget,” slutter *Sven Ålborg*.

Peter Biisgård, pbi@lf.dk

Mejeriforeningens formand, da han under sin tale kaldte Henning Clausen op på podiet.

“Henning, i 26 år har du som formand for udstillingsudvalget lagt krop og sjæl i at få Landsmejeriudstillingen til at funkle og fungere. Det skylder vi i mejeribrug det stor tak for. Ildsjæle som dig, der brænder for dit fag, din branche og ikke mindst dine mejerister, hænger ikke på træerne.

Vi er dig meget taknemmelig for, at du med uovertruffen entusiasme har smøget kittelærmerne op år efter år og i samarbejde med udstillingsudvalget har givet os så mange flotte oplevelser,” sagde *Jan Toft Nørgaard*.

Dommerne i finalebedømmelsen er her linet op på scenen, hvor publikum kunne overvære den afgørende bedømmelse af oste, smør og konsumprodukter på finalen den 10. november. I dommerpanelet ses fra venstre *Søren Jensen, Ole E. Hansen, Henning Jacobsen, Rene Fredgaard og Niels C. Jørgensen*.



Og vinderne er...

DM. Mammen, Slagelse og Holstebro er Danmarks bedste til ost, konsum og smør.



Mejerichef *Thomas Kaiser* og driftsleder *Palle Kofod* fra *Slagelse Mejericenter, Arla Foods* modtog hæder for mejeriets økologiske cremefraiche 38 pct., som vandt kategorien konsum på LMU 2009.



Mammen Mejeris driftsleder *Steen Poulsen* (th.) var sammen med mejeriforvalter *Martin Jensen* på scenen i *Messecenter Herning* for at modtage prisen for Danmarks mesterskabet i ost med mejeriets udgave af en 60+ Danablu.



For 7. år i træk vandt *Arla Foods Holstebro Mejeri* kategorien smør. I år for en 250 gram saltet LURPAK. Præmier og diplom blev hentet af mejerichef *John Bonde Jacobsen* sammen med produktionschef *Lene Frederiksen*.

TYSKLAND De tyske mælkebønder bød i gennemsnit 18c pr. kg (1,34 kr.) på den seneste kvotebørs, hvilket er en stigning på næsten 30 pct. i forhold til juli. Prisen er dog den næstlaveste, siden kvotebørserne blev indført i 2000. Omsætningen var på 247 mio. kg

GRÆKENLAND De græske forbrugere skifter den friske mælk ud med UHT-mælk for at spare penge. I 2008 steg forbruget af UHT-mælk med 31,6 pct., mens forbruget af frisk mælk faldt med 3,1 pct. Tidligere var 80 pct. af mælken i de græske butikker frisk, mens stigende mængder billig, importeret UHT-mælk er godt i gang med at æde sig ind på den andel.

POLEN De polske mælkeproducenter leverede 4,9 pct. mindre mælk i årets første ni måneder sammenlignet med samme periode sidste år. Det fremgår af en analyse fra tyske AIM. Faldet har været mest markant i de seneste tre måneder.

ITALIEN Parmalat har oplevet et fald i selskabets nettooverskud på 56 pct. i årets ni første måneder. Årsagen skulle angiveligt være lavere indtægter end forventet fra de mange retssager, hvor Parmalat kræver erstatning fra banker, kreditorer m.m. i forbindelse med selskabets konkursforløb. Selskabet forventer dog stigende omsætning efter at have hævet priserne på sine kerneprodukter.



UK Et svagt pund har givet luft til den britiske mejerieksport. Eksporten af ost er således steget med ikke færre end 20 pct. i årets første otte måneder sammenlignet med samme periode sidste år. Stort set alle EU-lande har købt mere ost i Storbritannien. Tyskland har øget sin import fra UK med 76 pct. til 3.500 ton, Frankrig med 23 pct. til 3.150 ton, Belgien med 70 pct. til 1.950 ton, mens Italien øgede importen med 32 pct. til 1.777 ton. Inden man falder helt i svime over de to cifrede procenter, skal det dog understreges, at den britiske osteeksport i 2008 var den laveste siden 2003.

FRANKRIG Mælkeproduktionen i Frankrig i oktober var 3,1 pct. lavere end samme måned sidste år. Ser man på kalenderåret 2009 er produktionen indtil videre 2,9 pct. lavere end året før.

Flere penge til svenske mælkebønder

FREM GANG Arla Foods, Skånemejerier, Milko og Falköping hæver afregningsprisen til mælkeproducenterne



FOTO: SKÅNEMEJERIER

Veloplagte malkekøer på en svensk bedrift, hvor ejerne nu kan se frem til at få mere for mælken.

Den 1. november forhøjede Skånemejerier afregningsprisen med 15 svenske øre pr. kg mælk. Det var dermed tredje gang i år, at selskabets mælkeproducenter fik lagt lidt oven i mælkeprisen. I juli steg afregningsprisen med 20 øre og i september med 10 øre.

"Forhøjelsen betyder, at mælkeproducenterne kan komme op i nærheden af 3 kr., og det er rette skridt mod at forbedre den dårlige lønsomhed i produktionen," udtalte selskabets formand, *Anders Olsson*, i en pressemeddelelse.

Verdensmarkedet spiller ind

Skånemejerier er dog langt fra ene om at hæve afregningsprisen til de svenske mælkebønder. Falköpings Mejeri øgede pr. 1. november mælkeprisen med 25 svenske øre med den begrundelse, at de stigende priser på de internationale markeder nu var begyndt at slå igennem i Sverige.

"Pludselig er verdensmarkedspriserne skyhøje. Vi mærker det, når vi eksempelvis forhandler med vores ostekunder. Vi har et bedre prisbillede i dag end for to måneder siden, og det bør give en afregningspris på over 3 kr.," udtalte adm. direktør *Thomas Andersson*, Falköpings Mejeri.

Landskabsmælk giver bonus

Milko kunne pr. 1. november udbetale en slags bonus til sine mælkeproducenter. 33 svenske øre pr. kg mælk, som er overskuddet fra salget af den såkaldte 'Landskabsmælk'. Mælken koster en krone ekstra, som går

ubeskåret til mælkeproducenterne. I oktober blev der solgt 6,8 mio. liter landskabsmælk, hvilket indebar, at Milkos 728 leverandører kunne dele 6,8 mio. kr. Det giver 33 øre mere pr. kg mælk.

Også Arla Foods' svenske andelshavere har fået lagt oven i mælkeprisen. Pr. 30. november hævede selskabet afregningsprisen med 13,5 svenske øre, hvilket betyder, at Arla-noteringen dermed kommer op på 313,1 øre for konventionel mælk og 444,3 øre for økologisk mælk. Hos Arla angiver man også bedre priser på verdensmarkedet som årsagen til, at man nu kan give bønderne mere for mælken.

"Der er et stort behov for en bedre betaling ude hos medlemmerne, og nu kom muligheden takket være den forbedrede situation på verdensmarkedet," udtalte selskabets adm. direktør, *Peder Tuborgh*.

4,4 pct.

Stigningen i den amerikanske osteproduktion i september 2009 i forhold til samme måned sidste år. USA's mejerier producerede i alt 383.467 ton ost i september.

Hvad synes danskerne om mælk?

GALLUP Stor undersøgelse kaster lys over danskernes holdning til mælk.

Denne viden er vigtig, hvis det sunde marked skal bevares, vurderer Michael Stevns

Temaet er skrevet af
Lars Winther, lwi@lf.dk

Mælk har til alle tider udgjort en central og vigtig andel af danskernes kost. Forbruget har dog været faldende i en årrække, men er nu stabiliseret med en lille stigning i sidste års forbrug. Selvom faldet delvist opvejes af en tilsvarende stigning i andre produkter som fx yoghurt, er mejeribranchen naturligvis opmærksom på udviklingen. Og man vil gerne vide, hvad der ligger bag, og hvad fremtiden bringer, så man kan tilpasse fremtidens produkter til danskernes ønske. Derfor har Mejeriforeningen lavet en undersøgelse, som kortlægger danskernes holdning til mælk.

”Danskerne holdning til kost flytter sig konstant og er under påvirkning fra mange sider. Da vi gerne vil kommunikere med omverdenen på basis af fakta og ikke fornemmelser eller følelser, er vi nødt til at undersøge holdningerne fra tid til anden,” siger Michael Stevns, direktør i Landbrug & Fødevarer. Undersøgelsen er finansieret af Mælkeafgiftsfonden og udført af Gallup.

Den skal ses som et skridt videre i forhold til den undersøgelse, som blev lavet med Henrik Dahl i spidsen for tre år siden.

”Den antropologiske undersøgelse var kvalitativ og fokuserede mere på de følelser og sociale sammenhænge, danskerne forbandt med mælken. Med den nye undersøgelse forsøger vi at bygge oven på dette og ser mere fremad på mælkens muligheder og begrænsninger,” siger Michael Stevns. Undersøgelsen skal nu præsenteres for Mejeriforeningens bestyrelse og Mejeriudvalget.

”Og så skal vi dele de nye fakta med vores medlemmer, som forhåbentlig kan bruge denne viden i forhold til produktudvikling og markedsføring. Endvidere vil vi som brancheforening også tage udgangspunkt i dette, når vi skal tænke tiltag i fremtiden,” siger Michael Stevns, som glæder sig over undersøgelsens konklusioner om mælkens solide fundament med masser af udviklingsmuligheder.

Undersøgelserdesign & Futureshapers

1.000 danskere er interviewet om deres holdning til en række spørgsmål relateret til mælk og i nogen grad ost og yoghurt. Spørgsmålene er udformet efter kvalitative interviews med fire fokusgrupper med hver otte deltagere.

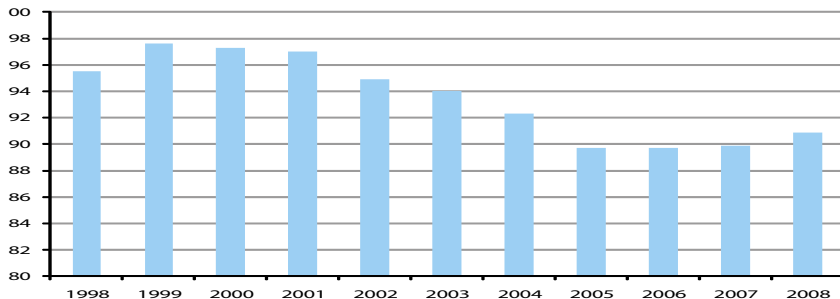
Via forskellige dybdespørgsmål, personlige data m.m. identificeres en gruppe såkaldte 'futureshapers', som udgør ca. 10 pct. af alle adspurgte. Denne gruppe karakteriseres som nysgerrige pionerer med et åbent sind. De går typisk foran med holdninger og nye forbrugsmønstre, som overtages/adopteret af de store brede forbrugermasser i de kommende år.

På denne baggrund laves såkaldte Future Opportunity Maps, som identificerer de emner/områder, hvor der er størst potentiale for at styrke mælkens position.

Undersøgelsen har kostet 265.000 kr. og er en såkaldt 0-punktsanalyse, som kan gentages til en væsentlig lavere pris efter en tid for at vurdere udviklingen.

Medlemmer af Mejeriforeningen kan requirere eksemplar ved henvendelse til Anne-Karin Kristiansen (akk@mejeri.dk, tlf. 8731 2063).

Årligt forbrug af konsummælk pr. indbygger (gns.)



Danskernes forbrug af konsummælk har ligget stabilt de seneste 5 år med en svag stigning i 2008. Tallene rummer hhv. sødmælk, letmælk og skummetmælk (inkl. minimælk), hvor forbruget af skummetmælk er 3-doblet i perioden og udgør lige godt halvdelen af det samlede forbrug.

Mælk med masser af



Danskerne - eller de såkaldte future-shapers - forbinder mælken med omsorg og tryghed, hvilket kan få endnu større betydning i fremtidens valg af fødevarer.

UDVIKLING Mælken har potentiale til at øge populariteten. Men fremtiden kan også spoles af barrierer og behovet for den endelige dokumentation af de sunde egenskaber

Stort set alle danskere ved godt, at mælk er sundt og vigtigt for at få tilstrækkelig kalk. Men der findes alligevel en lille tvivl, som kan gøre forbrugerne modtagelige over for argumenter om det modsatte. Sådan lyder nogle af konklusionerne i undersøgelsen 'Danskernes holdning til mælk', som Mejeriforeningen har fået gennemført af Gallup.

"Undersøgelsen viser en række spændende forhold om danskernes forhold til

mælk. Samtidig er den fremtidsorienteret og viser muligheder for at udvikle danskernes positive forhold til mælk samt trusler mod den grundlæggende positive holdning, som danskere har i dag," forklarer *Lars Witt Jensen*, marketing-projektleder i Mejeri-foreningen og tovholder for projektet. 1.000 danskere har svaret på en række spørgsmål om mælk. Ud af denne gruppe har man identificeret de såkaldte 'future-shapers'

holdninger (se boks forrige side), idet disse forbrugere giver en pejling på den fremtidige holdning i den brede forbrugermasse. Undersøgelsen rummer altså både positive elementer, såkaldte 'drivere', som vil gøre mælken mere attraktiv i fremtiden, men også barrierer, som kan gøre det sværere at sælge mælk.

Mælk på et ben

I Landbrug & Fødevarer har *Winnie Pauli*, chef for Mad, Måltider & Ernæring, også nærlæst rapporten.

"Danskerne vil i fremtiden interessere sig endnu mere for deres kost. Her er det interessant, at opfattelsen af, at mælk giver styrke og næring, rummer potentiale som en væsentlig driver. Vi skal åbenbart bruge flere kræfter på at forklare de mange næringsstoffer og muskelopbyggende stoffer, som mælken indeholder," forklarer hun. Undersøgelsen bekræfter, at 8 ud af 10 danskere i høj grad forbinder mælk med kalk og forebyggelse af knogleskørhed.

"Det er jo rigtig fint, men det betyder samtidig, at der er mindre udviklingspotentiale i at fortælle om indholdet af kalk, fordi forbrugerne allerede ved det. Ved at se på andre områder skal vi gerne øge mælkens fundament, så vi ikke kun står på det ene ben, der hedder kalk," siger hun. I alt identificerer undersøgelsen syv centrale drivere, som får stigende betydning for forbrugerne.

Grobund for det alternative

Mælkens gunstige position og udviklingsmuligheder er dog ikke nogen selvfølge. Undersøgelsen viser nemlig også flere barrierer eller forhold, som kan begrænse lysten

Drivere/udviklingsmuligheder

Forhold, som vil skabe mere interesse for mælk blandt fremtidens forbrugere:

1. *Styrke og ernæring* - rent naturprodukt, bygger kroppen op, afbalancerer usund kost
2. *Nostalgi* - omsorg, tryghed, madkultur
3. *Værdi for pengene* - billigt, klogt
4. *Harmoni* - mælk er ærligt, afslappende, selvfølgeligt etc.
5. *Energi* - mætter, fylder depoterne op
6. *Højner maden* - passer godt til varm mad
7. *Forfriskende* - iskoldt, slukker tørsten, alternativ til vand.

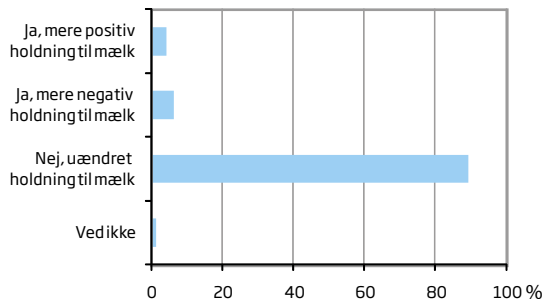
Barrierer:

Forhold, som kan true forbruget af mælk:

1. Manglende, entydig dokumentation for mælks positive sundhedsaspekter skaber 'den lille tvivl', som alternative sundhedskampagner kan puste til.
2. Begrænset variation i udbud betyder begrænset mulighed for personlig identitet med specialprodukter.
3. Negativt brand i teenageårene, som hænger ved.
4. Dårlige oplevelser med skolemælk - ikke koldt.
5. Begrænset aktionsradius fra hjemmet/køleskabet
6. Mejerisektoren opleves defensiv, protektionistisk, utroværdig - og domineret af stort masseproducerende mejeri, som tromler den lille økologiske landmand.

styrke

Har du ændret holdning til mælk i det seneste år?



6% har fået mere negativ holdning til mælk i det seneste år

til mælk i fremtiden. Den lille tvivl, hvorvidt mælk nu også er sundt, er en af disse. Selvom 89 pct. af danskerne ikke har ændret holdning til mælk inden for det seneste år, er 6 pct. blevet mere kritiske.

"Det kan selvfølgelig diskuteres, om 6 pct. er mange eller få, når 4 pct. samtidig har fået et mere positivt syn. Man skal bare huske, at det jo er sket i en periode, hvor vi selv har været aktive med eksempelvis Morgenmælkskampagnen," siger hun. En målrettet kommunikation er et af værktøjerne over for denne udvikling.

"Vi skal blive ved med at sætte fokus på mælkens betydning i en dansk kost, og det skal vi bl.a. gøre i samarbejde med myndighederne, som vi har et godt og konstruktivt forhold til," vurderer ernæringschefen.

Skab en tilvalgskultur

Winnie Pauli bemærker også, at 89 pct. angiver vand som et af de sundeste råstoffer, mens kun 66 pct. peger på mælk.

"Da vand jo ikke indeholder egentlige næringsstoffer er det udtryk for en fravalgs-kultur. Her kunne jeg godt tænke mig, at vi forsøger at opdyrke en tilvalgs-kultur, hvor man også får fokus på de positive stoffer, som er i de forskellige fødevarer," siger hun. Dette passer fint med, at forbrugerne ifølge undersøgelsen vil interessere sig mere for næringsindholdet i fødevarerne og samtidig være fokuserede på at få værdi for pengene, når de køber fødevarer.

"Endelig bekræfter undersøgelsen også, at vi fortsat skal støtte forskningen for at dokumentere mælkens egenskaber," lyder vurderingen.

Landbrug & Fødevarer vil i de kommende måneder drøfte analysen med baglandet og på den baggrund beslutte tiltag i fremtiden.

Mejerierne vil kende mælkedrikkerne

Både Arla Foods og Thise Mejeri kan genkende både drivere og barrierer. Og mener begge, at man er godt i gang på flere områder

10 pct. af den danske mælk ender i kartoner som konsummælk. Dermed er konsummælk en afgørende produktkategori for en række mejerier. Repræsentanter for de to største konsummælksmejerier, hhv. Arla Foods og Thise Mejeri, kunne efter første gennemlæsning sagtens få øje på en række spændende forhold om mælkens status i fremtiden.

Arla ser solidt fundament

Lars Brødsgaard er Category Director i Arla Foods og hæfter sig umiddelbart ved tre forhold i undersøgelsen.

"Mælken står for det første på et solidt fundament med et positivt image, som forbindes med sundhed og en god livsstil. Det gælder det store flertal af forbrugere, hvilket er et godt udgangspunkt for at sælge mælk i fremtiden," siger han. Samtidig ser han også et par advarselslamper, som skal tages alvorligt.

"En mindre gruppe forbrugere er i tvivl om mælkens egenskaber. De kan rykkes, hvis de mødes med den rigtige argumentation. Her er det vigtigt, at vi er tydelige, så vi ikke mister denne gruppe," siger kategori-chefen.

Kedeligt image

En anden barriere i undersøgelsen er et kedeligt image, hvor en lille gruppe opfatter mælken som et basisprodukt, der ikke giver mulighed for at skille sig ud som trendy og særlig bevidst forbruger.

"Vi skal arbejde med en lidt bredere udviklingsplatform og fortsat tage chancer med nye produkter," siger han og henviser samtidig til en række forsøg på at finde nye nicher i drikkemælken, fx Mini 30, laktosefri mælk, egns-mælk m.m., som har haft varierende succes hos forbrugerne.

"Samtidig er det også vigtigt, at detailledet er indstillet på at prioritere nye produkter og give plads og tid til en introduktion," fortsætter Lars Brødsgaard.

Arla-manden bemærker også risikoen for en barriere, hvor forbrugerne forbinder mælk med et stort industrimejeri, som tromler den lille økologiske landmand. Måske en spøjst formulering og sammensætning, men Lars Brødsgaard er helt med på, at kritikken skyder på Arla Foods.

"Vi kan jo ikke løbe fra vores størrelse, men vi skal fortsat forklare, at vi ikke bruger



Det store flertal forbinder mælk med sund livsstil

størrelsen negativt over for hverken landmænd eller konkurrerende mejerier," lyder det.

Thise er i gang

For Thise Mejeri er danskernes holdning til mælk ekstra spændende læsning, da halvdelen af mejeriets omsætning er baseret på konsummælk. Hidtil har man ikke brugt de store midler på markedsanalyser og fokusgrupper, men baseret produktion og produktudvikling på salgstal og mere uformelle tilbagemeldinger fra kunderne og detailkæderne.

Et af budskaberne i undersøgelsen er en barriere, hvor forbrugerne efterspørger større variation i produktudbud og dermed mulighed for at brande egne værdier gennem sit produktvalg. Mælken må ikke være en metervare, hvor alle vælger det samme.

"Jeg synes nu allerede, at vi er godt i gang. Siden vi startede med jersey-mælk i 2001, er der kommet en stribe produkter, som har hver deres fangruppe," siger Mogens Poulsen, med henvisning til forskellige jersey-mælksprodukter, gårdmælk og fedtfri mælk.

"Vi har oplevet en stigende interesse for disse produkter, hvor kunderne har været indstillet på at betale en merpris," forklarer Mogens Poulsen, salgskchef, som dog også bekræfter, at den aktuelle finanskrisen i en periode har dæmpet interessen for de dyreste af specialprodukterne.

Begge mejerier ser nu frem til at studere undersøgelsen nærmere og forventer at bruge den aktivt i deres fremtidige planlægning.

Ingen grund til bekymring over mælken

TROVÆRDIGHEDEN Fødevarestyrelsen er tilfreds med billedet af danskernes forbrug og kendskab til mælk og mejeriprodukter. Så længe mælken er fedtfattig

83 pct. af danskerne ved, at mælk er en vigtig calciumkilde, som er med til at opbygge og bevare knoglerne. Det fremgår af undersøgelsen af danskernes holdning til mælk, hvilket modtages med tilfredshed i Fødevarestyrelsen. Her har man nemlig ansvaret for, at danskerne er klædt ordentligt på med information om kost, så man kan leve sundt.

"Vi arbejder jo på, at danskernes kostvarer er alsidige og sunde med udgangspunkt i de 8 kostråd, hvor et af rådene er at spare på fedtet fra kød- og mejeriprodukter. Samtidig råder vi danskerne til at få ca. en halv liter fedtfattigt mælkeprodukt om dagen, heri medregnet både drikkemælk, syrnede produkter og mager ost, for at få den nødvendige calcium," siger Else Molander, som er kontorchef i Kontor for Ernæring, og som har haft rapporten til gennemlæsning. Når det gælder forbruget af mælkeprodukter angiver kun 16 pct., at de får mindre end en halv deciliter om dagen, mens det store flertal får mellem 0,5-5 dl dagligt. Hertil kommer andre mejeriprodukter som yoghurt og ost, og sammenholdt med den viden vi har fra kostundersøgelserne, vurderer Else Molander, at danskerne er dækket ind på calciumkontoen.

"Vi vurderer, at danskerne får den nødvendige mælk. Vores fokus er helt klart nærmere at forklare forbrugerne, at det er vigtigt at vælge de fedtfattige mejeriprodukter," siger hun.

Troværdige myndigheder

Hun er også tilfreds med, at myndighedernes troværdighed er høj blandt forbrugerne.

Hvis der kom en anbefaling fra Sundhedsstyrelsen, så ville jeg kraftigt overveje det. De kommer jo ikke med noget, hvis der ikke er beviser. Det er jo mere end 2 professorer, som mener noget...

(citater i undersøgelsen, kvinde 24 år)

Sammen med Sundhedsstyrelsen, læger og andre offentlige repræsentanter er man topscorer blandt forbrugerne, som tre ud af fire har tillid til. Her må branchen til gengæld sande, at man ikke står stærkt, da Mejeriforeningen og Arla Foods kun opleves troværdig af hhv. 8 og 5 pct. af befolkningen. Som en trøst scorer de såkaldte alternative behandlere lige så lavt, idet kun 6 pct. af danskerne anser disse som troværdige. På den baggrund er en af rapportens konklusioner da også, at branchen har brug for myndighederne til at sælge budskabet om mælkens positive egenskaber.

"Jamen vi står da gerne på mål for mælken, når det handler om kalk. Det er også rigtigt, at mælk er en glimrende proteinkilde og også rig på andre vitaminer og mineraler, som kan være med til at bygge muskler op og så videre ... Men de fleste af os får altså proteiner nok. Det er derfor calcium, der er i fokus," siger kontorchefen, som derfor ikke kan se noget større problem i, at kun godt og vel hver 3. dansker opfatter mælken som en særlig god proteinkilde. Dermed er det altså ikke Fødevarestyrelsen, som umiddelbart vil opbygge flere ben under mælkens image, så man ikke kun står på et skrøbeligt calciumben.

"Vi vil hellere forsvare en varieret kost, der også omfatter mælkeprodukter, frem for at gå så højt op i at tælle næringsstoffer," siger kontorchefen.

Forsvar mod usaglige

Til gengæld vil man godt forsvare mælken, hvis angrebene er under bæltettedet.

"Sidste år så vi jo nogle kostråd fra



"Vi står da gerne på mål for mælken, når det handler om kalk", siger Else Molander, kontorchef i Kontor for Ernæring i Fødevarestyrelsen

folkene bag Kernesund Familie, som anbefalede at fjerne mælk fra små børn og bl.a. tilsætte hørfrøolie i modernælksestatninger. Dette er så langt ude og direkte sundhedsfarligt, så vi var nødt til at blande os kraftigt i debatten for at sikre børnene," siger Else Molander. Undersøgelsen viser, at knap halvdelen af danskerne har kendskab til kostrådene fra Kernesund-gruppen med yngre kvinder som topscorere.

"Det hænger jo fint sammen med den anden af undersøgelsens positive konklusioner, nemlig at vi interesserer os mere og mere for vores kost," siger Else Molander. På trods af de massive budskaber fra Kernesund-folkene om at undgå mælk har kun 6 pct. fået et mere negativt forhold til mælk over de seneste år, mens 4 pct. har fået et mere positivt forhold til mælk.

"Det er faktisk mindre, end jeg troede. Men det bekræfter heldigvis, at danskerne bevarer deres sunde fornuft, selvom de udsættes for et massivt bombardement," siger hun. Hvis mejeribranchen skal imødegå denne spinkle tendens, er rådet mere forskning og at holde fast i saglig information.

"Man kunne jo også overveje et populært forsøg, hvor man følger en familie, som lever efter de 8 kostråd og også får sin mælk. Det er man jo så glad for i medierne," lyder slutreplikken.

Vi spilder ikke energien ...



Mange flere fordele ved præisolering:

- Yderkappe af HDPE gør rørene slagfaste, vand-tætte, salt- og kemikalieresistente, hygiejniske og korrosionssikre
- Rørene er lette at rengøre - tåler direkte spuling
- Ingen kondens = minimal risiko for bakterieophobning
- Rørbæringer sidder direkte på kappeoverfladen – ingen kuldebroer
- Formfaste og robuste rør

- og det kan vi dokumentere!

Et moderne mejeri fortjener præisolerede rørsystemer fra LOGSTOR, der giver en mængde fordele – både ved etablering og i den daglige drift.

Rørene leveres færdigisoleret fra fabrikken og er lige til at samle i et komplet system med et bredt program af lige muffer, bøjninger og T-stykker. Systemet kræver ikke yderligere vedligeholdelse.

Også miljøet drager store fordele af vore præisolerede rørsystemer. Isoleringen af polyuretanskum har en høj isoleringsevne, som yderkappen af plast beskytter og bevarer intakt i hele systemets levetid. Således reduceres energitabet til et absolut minimum.

Med LOGSTORs StaTech®-program kan vi beregne, hvordan du kan optimere såvel investering som driftsomkostninger.

Kontakt os for en snak om energieffektivitet, miljø og økonomi!

● distributing energy efficiency

TIVOLI-YOGHURT I samarbejde med micromejeriet Nimb i Tivoli har Øllingegaard udviklet en ny serie yoghurter i 200 ml bægre. Den økologiske mælk leveres af Øllingegaard, mens Nimb står for fremstillingen af den syrnede sag i smagsvarianterne: pære, jordbær, naturel og blåbær.



BLÅ GED Gederne på Stenalt Gods leverer den økologiske mælk til Øllingegaard-koncernens bud på en blåskimmelost: Øllingegaard Blue Ged, fremstillet på Søvind Mejeri. En tør, men alligevel mild ost - og den hidtil eneste danske blåskimmelost, der er fremstillet af gedemælk. Den blå ged var for nylig nomineret til Politikens Økoguld-pris.



COMEBACK-SAUCE Danskerne kan tilsyneladende ikke undvære Mild Oste-Sauce fra Karolines Køkken/Arla Foods. Sauce blev for et stykke tid siden meldt ud af sortimentet, men på opfordring fra forbrugere og kæder er den nu tilbage på hylderne. Arla har benyttet relanceringen til at forbedre smagen i produktet, der indeholder 8 pct. fedt og leveres i halvliter-brik.



REVEN KLASSIKER Skånemejeriers klassiske, gule oste med navne som Präst og Herrgård lanceres nu som riveost i poser. Lige til at drysse ud over pastaen og andre varme retter. De markedsføres under mejeriets Allerum-brand, som dækker over vellagrede oste med mere smag.



LANGTIDSHOLD-BAR Parmalat Canada har sendt en økomælk med en holdbarhed på 36 dage ud i butikkerne. Det nye, 'purefilter'-produkt lanceres under Lactania-brandet og er tilsat A- og D-vitamin. Sælges i to-liters kartoner med et fedtindhold på henholdsvis 1 og 2 pct.



BØRNEOST En gruppe skoleelever fra Somersset har fået lov til at levere opskriften til en ost fra Norseland (ejt af norske Tine). Ungerne har tilsyneladende haft en vis forkærlighed for kirsebær og blommer, som fylder pænt i Wensleydale-osten, der sælges i Tesco-kædens butikker.



BROWNIE-MÆLK Holder man af mælk og de solide amerikanske chokoladekager under navnet brownies (og hvem gør ikke det?), kan man nu få opfyldt sine smagspræferencer i ét og samme produkt: En brownie-mælk fra tyske Müller. Leveres i en såkaldt polyflaske med 42 cl.



VALLEPULVER Hvis man foretrækker at skylle anstrengelserne i fitnesscentret ned med et glas valleproteiner, er Next Protein Inc klar med det rette produkt: Protein Blitz, en ny serie valleprotein-isolater, som leveres i smagsvarianterne: vanilje, chokolade og jordbær.



SMØR MED OST Under navnet Zibu har schweiziske Geska AG lanceret et blandingsprodukt af de mere usædvanlige: smør med Schabziger-ost, som fremstilles på basis af skummetmælk og bukkehorn.



De udenlandske produktnyheder er udarbejdet i samarbejde med magasinet Dairy Innovation, <http://foodbev.com>



JULEMANDEN

Alder ukendt. En travl og populær skikkelse verden over - ikke mindst i december måned.

Rør blot ikke ved min gamle ost

Julemanden er til smør, fløde og vellagret danbo. Og han er ikke meget for, at der bliver pillet ved de traditioner

Hvad er dit favoritprodukt?

Åh, der er mange. Smørklatten i risengrøden og fløden i risalamanden giver jo ligesom sig selv. Men det skal være den ægte vare. Min kone forsøgte for et par år tilbage at blande noget moderne, vegetabilsk stads i risalamanden. Det gør hun ikke igen.

Er der andet, der hører julen til?

Efter en lang arbejdsdag med gaveindpakning i værkstedet plejer jeg at slappe af med et stort glas nisseøl. Og sådan en julebamse

glider altså bedst ned i selskab med en vellagret danbo, der kan smages langt ind i det nye år, men ...

Men hvad?

Nutidens børn! Eller rettere; deres forældre. Sidste jul modtog jeg indtil flere klager over, at gavepapiret havde en umiskendelig duft af Gamle Ole.

Så nu overvejer du at skifte til en mellemlagret?

Er du vanvittig? Nej. Men jeg overvejer alvorligt at 'glemme' et par familier, når jeg skal ud køre kane den 24. december. Ho! Ho! Ho!



Glaedelig jul



Godt nytår



Grahams helt egen ost

Graham Smith (th.) og hans hjælper Oluf Willert i gang ved ostekarret på Elmegaardens Gårdmejeri. Denne dag er der 1.600 liter gedemælk i karret.

SELFMADE For et år siden blev 54-årige Graham Smith færdiguddannet som mejerist. En gang om ugen låner han ostekarret på Elmegaard Gårdmejeri, hvor han fremstiller 200 kg cheddar. Ostene sælger han fra sin egen salgsvogn på torve i Kolding og Odense

Graham Smith tager en håndfuld ostemasse op af karret. Mens vallen løber ned over hans underarm, presser han fingrene sammen om kornene.

“De er for bløde,” siger han og kigger op. “Vi skal have mere varme i karret.”

Det er tirsdag formiddag på Elmegaard Gårdmejeri i landsbyen Sommersted ved Haderslev. Danmarks mindste mejeri ifølge Elmegaardens ejer, Ryon Pedersen. Stort er det i hvert fald ikke, bygget ind i et hjørne af gårdens maskinhal er der på 126 kvm blevet plads til et beskedent ostelager og et produktionslokale med indvejningstank, centrifuge, pasteur, reoler med osteforme plus et ostekar, der kan rumme godt et par tusinde liter.

I dag er der 1.600 liter gedemælk i karret. Graham Smith og hans hjælper, Oluf Willert, har været i gang i et par timer, og der er stadig adskillige timer, til arbejdsdagen er slut. Graham monterer en slange og pumper varmt vand fra varmevekslerne ind i hulrummet under ostekarret.

Det er første gang, han laver ost af gedemælk, og hvis det skulle give anledning til en

vis nervøsitet, lader skotten med det store fuldskæg sig ikke mærke med det. Stille og roligt arbejder han sig igennem processerne. Måler temperatur og ph og mærker på ostemassen, mens han løbende fortæller sin medhjælper, hvad der foregår i karret, og hvor der næste gang skal tages fat.

“Når jeg laver ost, er jeg ikke styret af klokken. Jeg retter mig ind efter mælken. Men jeg er da spændt på at se, hvordan gedemælken reagerer i karret,” siger Graham Smith.

Karriereskift som 50-årig

En dag om ugen lejer Graham sig ind på Elmegaardens mejeri for at fremstille ‘Traditional Farmhouse Cheddar’, som han kender fra sin opvækst i Skotland. En tør, fast og meget arbejdskrævende ost. Når cheddaren er syrnede færdig i karret, skal ostemassen smuldres med håndkraft, hvorefter saltet æltes ind i kornene. Herefter kommer den i forme, hvor den ligger i pres i hele 24 timer. Osten modner i seks måneder på et lager i en container, som Graham har fået opstillet ved siden af mejeriet inde i maskinhallen.

“Der er meget arbejde med at lave en cheddar. Men det er også det, jeg godt kan lide ved den. Jeg er håndværker, det er vigtigt for mig at bruge mine hænder og få et konkret produkt ud af det. Det var derfor, jeg valgte at blive mejerist,” forklarer Graham Smith.

Han er oprindelig udlært gartner med speciale i træpleje og har arbejdet som sådan i 30 år i Danmark. Men på sin 50 års fødselsdag kom Graham Smith med en overraskende meddelelse til sine gæster: Han ville tage en uddannelse som mejerist. Og det gjorde han så. På Dalum Uddannel-

sesCenter med praktikophold på Arla Foods Klovborg Mejeri, Nørup Mejeri og et lille engelsk gårdmejeri.

“Da jeg nærmede mig de 50 år, fik jeg lyst til at prøve noget andet. Et job, som jeg kunne glæde mig til at stå op til om morgenen. Min sidste tid på arbejdsmarkedet skulle være sjov,” fortæller han.

Mejerist: En fantastisk uddannelse

“Men det var også vigtigt for mig, at det faglige fundament var i orden, og derfor valgte jeg mejeristuddannelsen. Og det har jeg ikke fortrudt. Det er en fantastisk og meget bred uddannelse, hvor man virkelig lærer faget til bunds. Og det samme vil jeg sige om Arla Foods, som ofte bliver udråbt til den store stygge ulv. De gør meget for at uddanne nye mejerister, og de har virkelig styr på det. Klovborg Mejeri var en god læreplads, og mejeriet hjalp mig både praktisk og økonomisk, da jeg ønskede at finde et praktiksted i England.”

Og det var netop under opholdet på det lille, engelske gårdmejeri Lightwood Cheese, at Graham Smith fandt ud af, hvordan havde lyst til at arbejde med sit nye fag.

“De producerede ost en dag om ugen og smør en anden. Resten af tiden brugte de på at sælge produkterne på lokale markedspladser. Det er meget udbredt i England, og jeg synes, det er fascinerende, at man på den måde har hele processen med. At forbrugerne køber osten af ham, der har lavet den,” siger Graham.

Som færdiguddannet mejerist blev Graham Smith tilbudt job på Arla Foods Taulov Mejeri. Men han kunne ikke slippe sin drøm og at lave traditionel engelsk cheddar på et lille mejeri. Og så var det, han en dag løb ind i Ryon Pedersen, som stod på et gårdmarked i Kolding og solgte oste fra Elmegaardens Mejeri.

“Det er jo ligesom i England,” konstaterede Graham, som indledningen til en samtale, der endte med, at Ryon tilbød ham at låne det lille ostekar på Elmegaarden.

Den stolte ejer.

Graham Smith med en af sine cheddar-oste



Lavere produktion overalt

GLOBALT Stort set alle de store mælkeproducerende lande melder om lavere mælkeproduktion end forventet i indeværende år

Vigtigt at møde kunderne

Resten er en historie, som i høj grad handler om tålmodighed. Det tog tid at udvikle en ost, som Graham var tilfreds med, der var problemer med formene, og endelig skulle der i sagens natur gå et halvt år, inden de første oste var modnet færdige og klar til salg i påsken i år.

"Jeg har heldigvis en kone, der tjener penge," smiler Graham.

Næste udfordring var at få ostene solgt. Graham har investeret i en lille varebil, som han tre dage om ugen stiller op på torve og pladser i Odense og Kolding. Med på hylderne er også oste fra Elmegaardens sortiment.

"Det har taget lang tid, at opbygge en kundekreds," fortæller Graham. "Nogle gange kan jeg godt stå et par timer, inden jeg sælger den første ost. Men det begynder at gå fremad. Salget stiger, og mange af mine kunder vender tilbage for at købe mere."

"Det er meget vigtigt for mig at komme ud at møde kunderne. At fortælle om ost og få feedback på mine produkter. De fleste er meget interesserede i at høre om, hvordan man laver ost og forskellen på de forskellige ostetyper."

Graham Smith overvejer i øjeblikket at finde en studeplads i København for at komme i kontakt med en større kreds af kunder.

"Mit sortiment er ikke stort, og det kan nogle gange være svært at konkurrere med de store ostevogne, som har et meget bredt udvalg af danske og udenlandske ost. Til gengæld er jeg den eneste, som selv laver den ost, jeg står og sælger. Og det er en fantastisk oplevelse. At sælge sin helt egen ost."

Peter Blisgård, pbi@lf.dk

Fakta om Elmegaardens Gårdmejeri

Grundlagt i 2004 som en del af Elmegaardens øvrige virksomhed: forsamlingshus, bondegårdsferie, gårdbutik og landbrug med kødkvæg, får og frilandsgribe. 20.000 gæster besøger årligt gården.

Ejer: Ægteparret Ryon og Lisbeth Pedersen.

Mejeriet producerer ost (200 kg/ uge), smør og is som primært sælges til gårdens og forsamlingshusets gæster.

Når selv New Zealand melder om faldende indvejning, så er der nok noget om snakken. Den aktuelle mælkeproduktion blandt de store mejerinationer bliver lavere end forventet. Og det burde betyde en stabilisering af de globale priser på et fornuftigt niveau et stykke ind i 2010.

Mindre mælk i Oceanien og USA

New Zealand har på det seneste oplevet faldende indvejning som følge af dårlige klimatiske forhold her på toppen af sæsonen. Det er især nordøen, der oplever faldende produktion, og generelt ser det ud til, at indeværende mejeri-års produktion kun vil vokse marginalt eller endda stagnere. Dette skal ifølge amerikanske kilder have ført til egentlig produktmangel hos nogle handlende og dermed også tilbageholdenhed med salget for det kommende år.

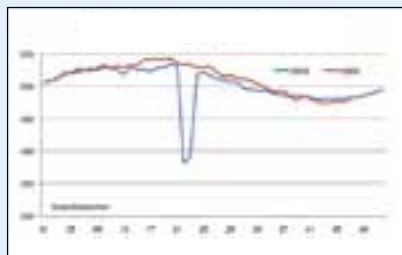
Også Australien kan atter konstatere lavere produktion. De netop offentliggjorte tal for indvejningen i september viser et fald på 7,3 pct. i forhold til sidste år. Det bringer det kumulerede fald for denne sæson op på 3,9 pct.. En tredje storspiller på det globale marked, USA, melder ligeledes om en faldende tendens. De reviderede tal for september viser et fald på 0,5 pct., mens de foreløbige for november viser et fald på 1,1 pct.. Det hænger sammen med koantallet, hvor der i oktober var 198.000 færre malkekøer end i 2008 og 22.000 færre end i september. Til gengæld er produktiviteten dog steget gennem hele året.

Flere EU-mælkeproducenter stopper

I indeværende kvoteår ser det igen ikke ud til, at forhøjelsen på 1 pct. af kvoterne, der reelt er endnu større grundet fedtkorrektionen, vil slå igennem i form af stigende indvejning. Dette hænger bl.a. sammen med, at strukturudviklingen i resten af Europa har taget fart. I det forgangne kvoteår faldt antallet af mælkeproducenter med 9,5 pct. til under 1 million i EU-27.

Det største producentland i EU, Tyskland, har i dette kvoteår ganske vist

Tyskland: Mælkeindvejning i 2008 og 2009 (1000 ton)



I oktober og november var den tyske indvejning lavere end sidste år

indvejet hele 2,9 pct. mere mælk end sidste år, som dog også var specielt pga. leveringsboycotten. Produktionen i de seneste uger har dog ligget 1 til 1,5 pct. under sidste år (se figur). Mælkeproduktionen har imidlertid nu nået bunden, og det forventes, at den tyske kvoteudnyttelse snart vil nå 100 pct., særligt hvis stigningen i producentpriserne fortsætter i de kommende måneder.

Det næststørste producentland, Frankrig, ligger endnu lavere, nemlig 2,5-3 pct. under sidste år, der endte under kvoten. Intet tyder på, at man vil opfylde landekvoten, der end ikke nationalt er forhøjet med den ene procent. Dertil kommer at den franske mælkepris fra september til oktober er faldet med 6,7 pct.. Underproduktion gælder også Storbritannien, hvor produktionen er ved at finde et leje, som er 10 pct. under kvoten.

Danmark udnytter kvoten

På baggrund af ovenstående kan vi konstatere, at mælkeproduktionen i Europa ligger lavt trods de seneste to års kvoteforhøjelser. Kun enkelte lande udvider produktionen i takt med kvoteudvidelsen. Det gælder Holland og Danmark - og så formentlig Tyskland. For Danmarks vedkommende viste den seneste opgørelse, at underudnyttelsen af kvoten nu er ved at blive indhentet. I seneste fjortendagesperiode frem til og med uge 46 blev underudnyttelsen reduceret med en fjerdedel fra 16,5 til 12,5 mio. kg mælk. Fortsætter det på den måde, går vi i kvoteoverskridelse fra årsskiftet.

Kristian Svendsen, krs@lf.dk

Næringstæthed

– endnu en af mælkenes sundhedsfordele

NYT BEGREB Stigende fokus på fødevarer med en høj koncentration af næringsstoffer kan give mælken en række fordele i sundhedsdebatten.

Af Winnie Pauli, afdelingsleder i Mad, måltider og ernæring, Landbrug & Fødevarer

Nutrient density, nutrient rich food eller på dansk: Næringstætte fødevarer. Kært begreb har mange navne, men faktum er, at der i internationale ernæringskredse i stigende grad bliver sat fokus på fødevarer med en høj koncentration af næringsstoffer. Og her kan mælken med sit høje indhold af proteiner, vitaminer og mineraler komme til at spille en afgørende, sundhedsmæssig rolle.

Som så meget andet i sundhedsdebatten udspringer det af diskussionen af problemet med et stigende antal overvægtige mennesker. Ud over de sundhedsmæssige risici for den enkelte medfører den såkaldte fedmeepidemi enorme udgifter i sundhedssektoren verden over.

Fed - men underernæret

Med fedme handler ikke kun om, at folk spiser mere, end de forbrænder. Hvis man ser på fx USA, så er befolkningen ud fra et kvantitativt synspunkt 'overfodrede', men underernærede ud fra et kvalitativt ernærings-synspunkt. I USA arbejdes der derfor på at begrænse indtaget af de 'tomme' kalorier ved, at de amerikanske kostråd (Dietary Guidelines for Americans) sætter fokus på vigtigheden af at spise næringstætte produkter i de forskellige fødevarergrupper.

Næringstætte produkter er fødevarer, der indeholder mange næringsstoffer pr. kg. Og ved at spise næringstætte fødevarer med relativt lav energitæthed, kan man få dækket sit behov for næringsstoffer på færre kalorier.

Nutrient Rich Food Coalition er en sammenslutning af brancher og patientforeninger, som arbejder på at udbrede kendskabet til de næringstætte fødevarer. I USA har man introduceret et NRF-Index, hvori der indgår ni næringsstoffer (protein, fibre, jern, calcium, kalium, magnesium og vitamin A, C og E), som er gavnlige for sundheden, og tre, som man kun bør indtage i begrænset omfang (mættet fedt, tilsat sukker og salt).



Afdelingsleder Winnie Pauli ser et stort potentiale for mejeriprodukterne i at arbejde med Nutrient Density-konceptet. Det brede udvalg af lavfedtholdige mejeriprodukter lever i høj grad op til anbefalingerne bag de næringstætte fødevarer, skriver hun i sin artikel.

Mejeribranchen er med

Men også andre steder i verden arbejdes i forskellige sammenhænge med begrebet. Organisationen Global Dairy Platform arbejder med tre fokusområder, hvor Nutrient Density er det ene, de to øvrige er Mælkefedt og Klima. På marketingkonferencen under IDF's årsmøde i Berlin blev emnet også behandlet. Endelig er der et arbejde i gang mellem adskillige europæiske lande i regi af European Dairy Marketing Forum for at afdække mulighederne for et fælles europæisk tiltag. Formålet med dette arbejde er at:

- udrede mulighederne for at anvende budskabet om Nutrient Density i Europa
- tilvejebringe en fælles forståelse for markedsføringen af mejeriprodukternes image på tværs af landegrænser
- udbygge samarbejdet om emnet mellem industrien og brancherne
- optimere udnyttelsen af ressourcer, netværk, videnskab, PR og lovgivningen på området

Det ville være gavnligt, hvis vi i Danmark kunne gennemføre et paradigmeskifte, så der i kost- og ernæringskommunikationen fremover sættes fokus på, HVAD der skal spises i stedet for, hvad der IKKE skal spises. Det vil give mulighed for en mere positiv kommunikation om mad og måltider. I stedet for den eksisterende negative trend, hvor der konstant fremkommer overskrifter med 'Spis ikke ...'

At vi på den måde kunne skifte fokus:

- fra Sygdom til Sundhed
- fra Risici/risiko til Velvære
- fra 'undgå dette' til 'nyd dette'
- fra mikronæringsstoffer til måltider.

Stort potentiale

En sådan kommunikation skal lige som i USA helt klart omfatte alle fødevarergrupper. Erfaringer fra USA ser lovende ud i forhold til at arbejde med budskabet både hos eksperter og myndigheder, men den store udfordring bliver at få budskabet ud til forbrugerne.

Der er et stort potentiale for mejeriprodukterne i at arbejde med Nutrient Density-konceptet. Det brede udvalg af lavfedtholdige mejeriprodukter lever i høj grad op til anbefalingerne bag de næringstætte fødevarer.

Sundhed er en significant driver for forbruget af mejeriprodukter flere steder på kloden. Det gælder også i Danmark, hvilket vi netop har fået bekræftet i den nye undersøgelse om danskernes holdninger til mælk og sundhed. Det vil derfor være oplagt at få sat fokus på mælkenes fordele som en næringstæt fødevarer.

Links:

www.nutrientrichfoods.org
www.globaldairyplatform.com
www.wds2009.com

FØDSELSDAGE

1. december | 50 år

Manager Søren Sørensen, Arla Foods Viby J

2. december | 50 år

Manager Preben Rasmussen, Arla Foods Ingredients Viby J

30. december | 50 år

Arbejdsleder Torben N. Snitkjær, Arla Foods Christiansfeld Distribution

31. december | 50 år

Vice President Aksel Poulstrup, Arla Foods Viby J.

Aksel Poulstrup bliver 50



På årets sidste dag runder Aksel Poulstrup de 50 år. Som Vice President i Consumer International Supply Chain - CINSC i afdelingen Logistics & Planning er han ansvarlig for, at Arla Foods varer kommer frem til rette tid og sted. Og når arbejdsdagen er omme, kan han så transportere sig selv rundt i landskabet på sin elskede cykel, så formen holdes ved lige.

Bent Juul valgt på Ærø



Med 324 personlige stemmer blev Bent Juul Sørensen, bestyrelsesmedlem i Arla Foods, topscorer for Venstre på Ærø og er dermed indtrådt i kommunalbestyrelsen. Konstituering af de forskellige udvalgsposter har endnu ikke fundet sted.

Arla fik pris for catering



Deltagere ved prisoverrækkelsen: Ninna Harder (Arla), Jens Leth Christensen (Foodservice Danmark), Ole Hagen (Arla), Klaus Bauenmand (Arla), Evald Klausen (Arla) og Annette Kreiner (Foodservice Danmark).

Proaktiv, seriøs og høj leveringssikkerhed. Superlativerne stod i kø, da Arla Foodservice blev kåret til Årets Catering Leverandør af Foodservice Danmark i begyndelsen af november. Dermed kom Arla Foods i klasse med Kraft, Unilever og Miron Foods, som tidligere har fået hædersbeviset.

"Arla Foods har forstået, at markedet har ændret sig, og at kundernes behov har forandret sig", sagde koncerndirektør *Annette*

Kreiner, da hun overrakte prisen.

Og det lunede blandt modtagerne.

"Vi har brugt mange ressourcer på at modernisere arbejdsgangene, så alle afdelinger snakker sammen på tværs. Det er man nødt til, når man har vores størrelse", forklarer *Klaus Bauenmand*, Field Sales Manager, som var én af de fem repræsentanter fra Arla Foodservice, som deltog i overrækkelsen.

Forskningsfonden fik budget og ny formand

Efter at en stor del af budgetgrundlaget forsvandt i forbindelse med de nye regler for Mælkeafgiftsfonden, har fremtiden for aktiviteterne under Mejeribrugets Forskningsfond været uafklaret. Derfor var det en tilfreds bestyrelse, som på mødet



Hans Henrik Lund, ny formand for Forskningsfonden.

d. 23. november kunne konstatere, at man kan skaffe midler til at indkalde mejeriforskningsprojekter også i 2010. Bestyrelsen har nemlig fået tilsagn fra en række mejerier om, at man i 2010 vil tilvejebringe ca. 4 mio.kr. forholdsmæssigt fordelt

efter mejeriernes såkaldte produktionsmælke-mængde. Da mejerirationaliseringsfonden samtidigt indskyder 5,2 mio.kr i fonden, er budgettet på plads for det kommende år.

Ny formand skulle også udnævnes efter *Bent Juuls Sørensens* afgang i sommers, og her blev *Hans Henrik Lund*, Arla Foods valgt. "Jeg kan konstatere, at mejeribruget har vist en stærk opbakning til forskningen. Det gør vi både for at fastholde udvikling og innovation samt for at sikre de uddannelsesmiljøer, hvor vi skal rekruttere mejerifaglige medarbejdere på alle niveauer," siger den nyvalgte formand. Samtidig blev *Peter Sinding*, Arla Foods, nyvalgt til bestyrelsen og udnævnt til formand for Styregruppen for Teknologi.

Æg og ostepulver rykker tættere sammen

Lactosan og Sanovo har valgt at styrke samarbejdet på en række områder ved etableringen af Lactosan Sanovo Ingredients Group. De to virksomheder er i forvejen ejet af samme koncern, Thornico, som er ejet af familien Stadil.

"Kunderne bliver hele tiden større, og derfor har vi følt et behov for flere kræfter i forskellige funktioner," siger *Jørn Leth Frandsen*, Lactosan, som bliver øverste chef i den nye fælles direktion. *Henrik Pedersen* fra Sanovo udnævnes samtidigt til Vice President.

"Selskaberne fortsætter som selvstændige juridiske enheder, men vi vil øge sam-

arbejdet på en lang række områder internt og eksternt. Det gælder især det kommercielle område, hvor Lactosan bl.a. kan have fordel af at trække på Sanovos store internationale netværk," siger *Jørn Leth Frandsen*.

Lactosan producerer ostepulver, mens Sanovo producerer ægbaserede produkter både som pulver og i flydende form. De to virksomheder beskæftiger til sammen 650 medarbejdere.

Jørn Leth Frandsen, øverste chef for Lactosan Sanovo Ingredients Group



Send bidrag til navne og noter

Vi modtager med glæde tips, ideer, omtaler og billeder til både blad og net. Send en mail til navne@mejeri.dk eller kontakt Lars Winther, tlf. 8731 2074. Se også www.mejeri.dk/medlemsforum

RUSTFRIT STÅL TIL NÆRINGS- & NYDELSESMIDDELINDUSTRIEN

FREMSTILLING AF RUSTFRI TANKE



- Silotanke
- Tryk- & Vakuumtanke
- Procestanke
- Lagertanke
- Montage
- Service



Med udgangspunkt
i kundens behov
leverer vi løsninger i
højeste kvalitet med
professionel rådgivning
gennem hele
ordreforløbet.

Klokkestøbervej 25 B · DK-9490 Pandrup · Tlf. 98 20 47 77 · Fax 98 20 45 75
beritech@beritech.dk · www.beritech.dk