

nr. 1 | 8. januar | 2010
nyhedsmagasin om mejeribranchen

mejeri

Det nye år

TEMA | 2010 | side 9-13

B-mælk

MINDRE MEJERIER INDFØRER INTERNE KVOTER | side 6-7

Vejrmanden og den gamle ost

JESPER THEILGAARDS FAVORITTER | side 14



24.-27. januar:

Foodexpo i Messecenter Herning har også i år deltagelse af flere mejerivirksomheder. Skandinaviens førende messe for detail-, fødevarer-, hotel- og restaurationsbranchen har udover de mange virksomhedsstande blandt andet fokus på temaet "Det sunde liv", ligesom en lang række kåringer af fødevarer, kokke m.m. finder sted.

3. februar:

Mejeribrugets dag kigger ind i fremtiden, både når det gælder økonomi, produktions-teknologi, klima og forbrug. Arrangementet afvikles sædvanen tro i Odense på Kold college med start kl. 12.00 og afslutning med kokkestuderende, som med godt til ganen giver deres bud på fremtidens madtrends kl. 17.00.

Godt nytår

Så blev vi færdige ved oo'erne.

Et grumt årti, hvor den triste side af globaliseringens ansigt viste sig med terrorisme, krige, klimaerkendelser, prisbobler og meget mere.

Men vores hvide guld klarede skansen sammen med den uendelighed af velsmag, der følger af mejeriernes produktion og køkkenernes frembringelser.

Nuvel, den rigtige guldpris steg til rekordhøjder. Sådan er det jo i ægte krisetider. Desværre smittede tendensen ikke af særlig lang tid på mælkeprisen, og det uforståelige dilemma om, at jo mere man fjerner af mælakens værdistoffer, jo dyrere bliver produktet. Når der kun er vand tilbage er det allerdyrest.

Heldigvis symboliserer de to nuller ("oo") også den kikkert, det fremsyn, hvormed vi kan skue ind i det næste årti.

Her kan jeg se masser af fødsler verden over. Stigende velstand i især mellemindkomstmråder som Asien. En jævnt stigende mælkeproduktion uden for Europa. En langvarig rekonvalescens i de vestlige lande ovenpå de store underskud, som finanskrisen har skabt. Stigende international konkurrencekraft fra mejerilande som Brasilien og USA. Spirende håb og handel i visse afrikanske lande. Endnu større koncentration af detailhandelsiden, der matches med fusioner og samarbejder mellem verdens store mejerier. Men også stigende plads til specialproducenter, økologi, og andet. Og stigende aggressivitet fra konkurrerende drikkevarer som sodavand, vand, juice. En intensiveret sundhedsdebat.

Heldigvis symboliserer de to nuller ("oo") også den kikkert, det fremsyn, hvormed vi kan skue ind i det næste årti.

Jo, det bliver ikke kedeligt. Pessimisterne kan sagtens finde inspiration, men os med mælk i årerne og et lyst sind har meget mere at komme efter.

Tak for samarbejdet i 2009. Jeg glæder mig til at give mit bidrag til jeres vækst i 2010. Godt nytår!

Michael Stevns, mls@if.dk



"Krisen har gjort, at fødevarerbranchen på mange områder er forandret så fundamentalt, at det aldrig bliver det samme igen. Hos os har det åbnet øjnene for, at tingene skal gøres anderledes i fremtiden, hvis vi skal være en del af den."

Adm. direktør Sune Uhrenholt, Uhrenholt-gruppen i dagbladet Børsen, 14. dec.

"Jeg lærte også, hvordan det var at skulle styre en virksomhed igennem, uden at kunne se mere end en måned frem."

Adm. direktør Peder Tuborgh, Arla Foods om vilkårene for selskabet under krisen i 2009. I Berlingske Tidende, 29. dec.

"I en verden, hvor befolkningen i de kommende årtier ventes at ville vokse fra seks til ni milliarder mennesker, vil landbrugere i enhver afskygning blive hverdagens helte. Måtte alle landmænd fortjent nyde denne status i fuld og hel frihed i stedet for som nu at fremstå som et erhverv med en dyb afhængighed af skatteydernes penge."

Ledende artikel i Jyllands-Posten om EU-støtte til landmænd, 22. dec.

"Osten når næsten ikke at ramme lageret, før det er ude af døren igen".

Mejeritekniker Brian Madsen, Bjerre Herreds Andelsemejeri, som i slutningen af 2009 oplevede en stærkt stigende afsætning af flødeost til det japanske marked. I Horsens Folkeblad, 11. dec.

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

7.000 månedligt

Indholdet af mejeri må gengives med kildeangivelse.

Materiale indsendt uopfordret kan ikke forventes returneret.

Forside

Månedens tema kigger i krystalkuglen for 2010.
Foto: iStockphoto

ISSN 1604-1259

Lunken klimaaf tale

KLIMAFLOP | Landbrug & Fødevarer er man skuffede over, at klimatopmødet ikke endte med en mere klar og bindende aftale.

“Lige som så mange andre havde vi fra landbrugets og fødevarerhvervets side gerne set en mere ambitiøs og forpligtende rammeaftale. Det er ærgerligt, at det ikke lykkedes.”

Blandt andet med disse ord udtrykte Landbrug & Fødevarers formand *Michael Brockenhuus-Schack* organisationens holdning til udfaldet af klimatopmødet COP15 i København i december. Topmødet endte som bekendt i en hensigtserklæring,



der lå langt fra de høje ambitioner om forpligtende klimamål forud for statsledernes møde i den danske hovedstad.

Landbrug & Fødevarers formand Michael Brockenhuus-Schack havde gerne set en mere ambitiøs og forpligtende klimaaf tale.

“Vi havde en enestående mulighed for at nå et langt skridt videre og sikre rammerne for en langsigtet global klimaindsats,” sagde Michael Brockenhuus-Schack, der dog samtidig kunne glæde sig over, at den globale fødevarereproduktion blev inddraget i topmødets diskussioner.

“Vi oplevede på topmødet en erkendelse fra forhandlerne om, at det er vigtigt at se klimaudfordringen i sammenhæng med en stabil fødevarerforsyning til den stadigt voksende befolkning. Det er vigtigt, at den erkendelse fastholdes i det videre arbejde med at lave en global klimaaf tale, samtidig med at vi kontinuerligt arbejder på at sikre en klimavenlig fødevarereproduktion,” udtalte han.

VALLE Arla Foods har måttet opgive selskabets planer om at overtage en amerikansk vallefabrik. Det sker efter at ejeren fabrikken, amerikaneren *Shep Ysselstein*, er kommet i så alvorlige økonomiske vanskeligheder, at han i december valgte at sælge sin virksomhed, Green Meadows Foods, til det canadiske andelsmejeriselskab Agropur, skriver dagbladet Børsen.

“Vi er sat et år tilbage af det, der er sket. Nu må vi gå det hele igennem fra A-Z en gang til og prøve at finde noget andet,” udtaler *Henrik Andersen*, der er direktør for Arlas valleproteinforretning.

VIRKSOMHED Uhrenholt-gruppen, der hidtil har baseret en stor del af sin forretning på handel med bulkprodukter, går nu målrettet efter detailmarkedet, skriver dagbladet Børsen. Ifølge den

nye strategi skal koncernen fremover satse på at levere færdigproducerede fødevarer i en kvalitet, der “imponerer store supermarkeds kæder som Carrefour, Tesco og Auchan”. Målet er at forvandle de senere års beskedne millionoverskud til en fortjeneste, der matcher selskabets milliardomsætning.



Arla klar til klimainvesteringer

KLIMAIDÉ Arla Foods lancerer plan om at anvende gylle fra mælkeproduktion til CO₂-neutral energi på mejerierne.

Under en konference om grønt lederskab på klimatopmødet i København, lancerede Arla Foods en ambitiøs plan for selskabets fremtidige energiforsyning: Opførelse af en række biogasanlæg, som leverer CO₂-neutral energi til selskabets mejerier. Selve energikilden er den gylle, som andelshaverne malkekøer i forvejen producerer. Klimavenligt og økonomisk.

Opførelsen af biogasanlæggene vil kræve en investering på et trecifret millionbeløb, og i Arla Foods understreger man, at planerne stadig kun er i idéfasen. Men på trods af den store investering betragter

det som en kommercielt attraktiv løsning, da det på længere sigt er planen, at de nye biogasanlæg skal forsyne selskabets anlæg med 100 pct. af energiforbruget.

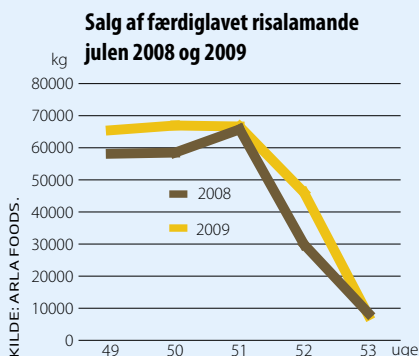
“Vi er klar til at investere i det her, hvis der er politisk vilje til at gøre det muligt. Der er en række udfordringer politisk, der skal afklares på regel- og afgiftsområdet. Regeringen har i Grøn Vækst-planen lagt op til, at bioenergi skal fylde meget mere i den danske energipolitik, så det forventer vi, at man lever op til,” udtaler koncerndirektør *Jais Valeur*, Arla Foods, til Berlingske Tidende.

MARKED I begyndelsen af det nye år indleder svenske Skånemejerier en eksport af økologiske produkter til Danmark. I første omgang er der tale om økologiske drikkeoghurter, men Skånemejerier regner med på sigt at sende flere økologiske produkter over sundet, skriver Ekoweb.

“Vi oplever stor efterspørgsel på økologiske mejeriprodukter på eksportmarkederne – særligt i Danmark,” udtaler markedschef *Per-Olof Johnsson*, Skånemejerier.

af mejerierne har haft stigende omsætning i 2009, viser en rundspørge blandt 20 mejerier i Danmark. Læs mere side 13.

35 PCT.



Julestemning

Det er en skrøne, at julen altid var bedre i gamle dage. Den just overståede højtidsbød fx på noget så sjældent som hvid jul, og nu viser en frisk statistik fra Arla Foods, at danskernes appetit på færdiglavet risalamande var betydeligt større i julemåneden

2009 end i samme periode året før. Der blev i runde tal sat cirka 30 ton mere til livs. I alt blev der solgt godt 250 ton mod 220 ton i 2008. En klar indikator på en betydelig forbedring af julestemningen.

Note: Salget af risalamande uge for uge. Af praktiske årsager er uge 1 i 2008 anført som uge 53.

Skolepenge



FOTO: ARLA FOODS.

Glade børn fra en af DBU's fodboldskoler slapper af med en skolemælk efter træningen. Arla Foods har netop besluttet at fortsætte støtten til skolerne som et led i sponsoraftalen med DBU.

Arla Foods forlænger sin sponsoraftale med DBU til og med VM i fodbold i Brasilien i 2014. Aftalen omfatter også DBU's fodboldskoler.

"I Arla er vi er først og fremmest tilfredse med, at den nye sponsoraftale lægger op til et endnu tættere praktisk samarbejde med DBU om at styrke sundhedsprofilen på fodboldskolerne. Det er vigtigt for os, at der

ikke kun bliver taget hånd om eliten, men at vi sammen med DBU kan være med til at inspirere børn og unge til en sund livsstil," siger marketingdirektør for det danske marked *Jesper Friis Sørensen*, Arla Foods.

Sponsoratet deles fortsat med DONG Energy, og prisen for hvert af de to hovedsponsorer er sat til 7,5 mio. kr. om året.

OPSKRIFTER En gang var Karolines Kogebog noget, der dumpede ind ad brevsprækken i alle danske hjem. I dag bipper de ind på mobiltelefonen. Det kendte mejerigtige køkken tilbyder nu gratis online-adgang til 3.500 madopskrifter via mobiler med internetforbindelse. En oplagt service for travle mennesker, der mangler inspiration

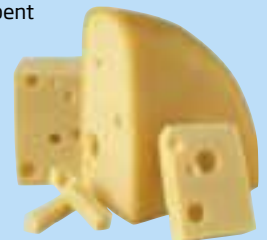
indskøbssedlen - eller har glemt den derhjemme.

Den nye kogebog kan hentes via mobilen på www.arla.dk/mobil



VIRKSOMHED GEA Liquid Processing i Skanderborg har fået en trecifret millionordre på mejeriudstyr til et nyt mejeri ved Stavanger i Norge for selskabet *Tine*. Det nye skal erstatte fire af selskabets nuværende mejerier. Hos GEA betragter man ordren som lidt af et gennembrud på det norske marked, da *Tine* er i gang med en større omstrukturering af mejeriproduktionen. Ingeniører hos GEA i Skanderborg tegner og leverer procesanlægget til det nye mejeri, men de enkelt dele bliver produceret hos underleverandører både i Danmark og i udlandet. Det nye anlæg skal være klar til at producere i 2011.

VIRKSOMHED Mejeritekniker *Brian Madsen* har åbnet et ostebutik på sin arbejdsplads, Bjerre Herreds Andelsmejeri i Barrist. Han har i de seneste tre år solgt ost fra sin varebil på markeder i Øst- og Vestjylland. Mejeributikken har åbent fredag og lørdag og har et sortiment på omkring 100 oste fra mejerier som Nørup, Endrup, Mammen, Them, Ullerslev og Thise.



FORSKNING Chr. Hansen overvejer at placere sine forskningsaktiviteter i udlandet, skriver dagbladet *Børsen*. Dansk Fødevarerforskning er ifølge selskabets forskningsdirektør *Esben Laulund* blevet så 'fragmenteret og ufokuseret,' at man er begyndt at 'se på andre græsgange som fx Holland'.

Arla Foods høstede goodwill på klimatopmødet

Arlas klimastrategi fik ros blandt deltagerne på COP15 og vil blive en konkurrencefordel på sigt, vurderer *Jan Johannesen*.

Hvad gjorde størst indtryk på dig og Arla Foods under forløbet?
Det store engagement, der findes blandt befolkningen i ulandene omkring klimaproblematikken, gjorde meget stort indtryk på mig. Folk fra alle lande er utrolig optaget af klimadebatten, og der er en vilje blandt alle til at gøre noget for at modvirke den globale opvarmning. Jeg er sikker på, at dette engagement nok skal påvirke politikerne til at tage de nødvendige beslutninger. Det er kun et spørgsmål om tid.

Hvem deltog i jeres rundtur - og hvilken respons fik I?
En meget international skare med repræsentanter fra de fleste kontinenter bestående af journalister, politikere, studerende og NGO'er deltog i besøgene på Gørsløv Gods og en mælkebesætning. Spørgelysten var stor, og man var tydeligvis imponeret over, at vi hos Arla Foods allerede har lavet en strategi, der sigter mod en reduktion af CO₂-udledningen på 25 pct.

Ligeledes gik flere spørgsmål på, hvordan vi var i stand til at måle eller beregne CO₂-udledningen, hvilket man ikke er startet på ret mange steder rundt om i verden.

Indebærer COP15's forløb og sluterklæring ændringer for Arla Foods klimastrategi og plan?

Jeg tror ikke, at COP15 kommer til at ændre Arlas klimastrategi. Men Arlas klimastrategi bliver endnu vigtigere i fremtiden, da der vil komme yderligere fokus på klimaet de kommende år. Virksomheder som tager hensyn til klimaet og miljøet vil helt sikkert få en konkurrencefordel, så jeg er glad for, at vi hos Arla allerede er godt på vej.



Jan D. Johannesen, miljøchef i Arla Foods, deltog i en række arrangementer under COP15 og var også vært ved besøg hos Arla-leverandører.



Viden gør forskellen

Hos DSS ved vi, hvad der skal til for at få succes i mejeriindustrien.

Vi har specialiseret os i at levere membranfiltreringsteknologi til mejeriprocesser, og vores erfarne eksperter integrerer teknologien i mejeriets eksisterende processer, så der opnås en effektiv, profitabel og driftssikker produktion.

DSS er en fleksibel og uafhængig virksomhed, hvor ressourcerne anvendes på områder, der skaber værdier og konkurrencefordele for kunderne.

På mere end 500 leverede anlæg verden over gør vores teknologi en forskel – hver dag.



DSS



DSS Silkeborg AS
Bergsøesvej 17
DK-8600 Silkeborg
Denmark
Tel +45 87 200 840
Fax +45 87 200 890
info@dss.eu
www.dss.eu

Them vil sikre stabilitet med B-mælk

LEVERANCESTYRING Ikke alle leverandører til Them Andelsmejeri jubler over reduceret afregning for ekstra mælk efter nye investeringer. Formanden kalder modellen for rettidig omhu.

Af Lars Winther, lwi@lf.dk

”Vi får en god afregningspris. Og det vil vi gerne blive ved med.” Sådan begrunder Hans Skovgård, formand for Them Andelsmejeri, at man ændrer vedtægter og indfører interne A-kvoter til fuld afregning samt såkaldte B-mælksleverancer afregnes til 75 pct. af A-mælksprisen.

Ændringen kommer umiddelbart efter, at mejeriet har ført en voldgiftssag mod en ny andelshaver, som overtog en gård med leveringsret til Them. Andelshaveren havde i forvejen medlemskab af et andet mejeri og ønskede efterfølgende yderligere at levere denne mælk til Them. Iflg. retten var mejeriets bestyrelse berettiget til at afslå denne leverance. Forløbet var med til at sætte fokus på problematikken med leverance af mere mælk, end mejeriet kan omsætte og afsætte til en god pris.

Them vokser

Ikke alle i andelshaverkredsen var begejstret for de nye vedtægter, da 10 ud af i alt 34 andelshavere stemte nej på generalforsamlingen. Hans Skovgård erkender, at især de yngre og ekspansive mælkeproducenter har været skeptiske og bekymrede over at få en begrænsning i forhold til deres vækstplaner.

Formanden tror dog ikke på, at modellen vil bremse væksten og investeringerne i større udstrækning.

”Man skal huske, at Them i forvejen har haft en utrolig vækst, hvor indvejen er fordoblet til 50 mio. kg på bare 15 år, hvor vi da også har prøvet at skulle sælge osten for billigt. Jeg er overbevist om, at det her er rettidig omhu, som tjener mejeriet og alle andelshavere bedst på den lange bane,” siger han. Mejeriets positive udvikling stopper ikke her, og han er overbevist om, at bestyrelsen løbende vil udvide A-kvoten, som afregnes til fuld pris.

”Som leverandør må man så regne på, om man kan nøjes med B-afregning på ekstraleverancerne i en periode. Og så skal man måske vente et år, inden man udvider,” siger han. Selv om mejeriet har fordelt fem mio. kg A-kvoter oven i sidste års samlede leverance, vil en lille gruppe allerede nu ryge over på B-mælksafregning som følge af fordelingsnøglen, som er baseret på indvejen i de seneste ti kvoteår.

”B-mælken vil nok udgøre 3-5 pct. her fra starten, her iblandt en del af min egen mælk,” slutter Hans Skovgård.

Hvis Endrup Andelsmejeri i fremtiden modtager mere mælk end aftalt med leverandørerne, kan man vælge at kategorisere ekstraleverancerne som B-mælk, som afregnes til en lavere pris.



Baggrund for intern kvotering blandt øvrige andelselskaber

Øvrige andelsmejerier i Danmark (alle eksklusiv Arla Foods) varierer i størrelse fra 6 mio. kg indvejet mælk (Bjerre Herred) til knap 80 mio. kg (Thise) med tilsvarende variation i antallet af andelshavere (mellem 8 og 100). Mejerier af denne størrelse oplever en stigende sårbarhed over for ekspansioner blandt én eller flere leverandører, fordi de har begrænset produktionsapparat eller afsætningsmuligheder. Da kvoterne samtidigt er på vej mod afvikling i 2014, ønsker man et redskab i vedtægterne, så man ikke risikerer overforsyning af mælk med deraf følgende pres på afregningsprisen for alle leverandører.

Foreløbig har Them Andelsmejeri og Endrup Andelsmejeri ændret vedtægter og indført intern kvotering som styringsværktøj for mælkeleverancerne.

Model for leverancestyring på Them Andelsmejeri og Endrup Andelsmejeri

- De nuværende aktive leverandører får fordelt mejeriets nuværende mælkemængde iht. deres forholdsmæssige leverance i given periode.
- Leverancer inden for den interne kvote (A-kvoten) afregnes til fuld acontopris. Leverancer udover A-kvoten kaldes B-mælk og afregnes til lavere pris, hhv. 75 pct. af A-pris (Them) eller en af bestyrelsen fastsat pris (Endrup).
- Erhvervelse af yderligere A-kvoter er kun mulig ved overtagelse af en af de øvrige leverandørers ejendom, eller såfremt bestyrelsen beslutter at fordele yderligere A-kvoter blandt de eksisterende leverandører.

Interne kvoter er en mulighed i Endrup

LEVERANCESTYRING Nye vedtægter ventes ikke i brug foreløbigt på Endrup Andelsmejeri, men det kan blive nødvendigt, hvis en leverandør vil udvide massivt, vurderer formand Christian Andersen.



Af Lars Winther, lwi@lf.dk

Med en indvejning på 23 mio. kg mælk og 19 andelshavere hører Endrup Andelsmejeri til blandt de mindre danske mejerier. I en årrække har indvejningen været stabil, da investeringer blandt vækstorierede mælkeproducenter er opvejnet af andre leverandørers ophør. Produktionsanlægget er tæt på det maksimale flow, og med den nuværende beliggenhed med fredede arealer og naboer tæt på, er muligheden for tilbygninger ikke rentabelt. Afregningsprisen ligger på den rigtige side af den norm-sættende Arla-afregning, men ikke med en kæmpe margin. Overskudsmælk på det frie marked er sjældent en god forretning, så derfor kan man ikke tåle at afsætte større mængder af denne kanal. Skulle en andelshaver pludselig foretage en af tidens store udvidelser med flere hundrede køer, ville man formentlig være tvunget til at sælge af denne kanal med underskud og pres på den løbende afregning til følge.

Bestyrelse fastsætter B-mælkspris

"Nu kender vi jo hinanden, og det er ikke aktuelt her og nu. Men vi bliver nødt til at

sikre os, hvis situationen skulle opstå", siger *Christian Andersen*, som er formand for mejeriet. Mejeriet kører med fire årlige onto-prissætninger, og her vil man i fremtiden forholde sig til årets indvejning på det sidste møde. Såfremt man ikke har formået at omsætte mælken i egne produkter, kan man beslutte, at en del af indvejningen skal afregnes til B-mælkspris, som bestyrelsen også selv fastsætter.

"Med den fordelingsnøgle vi har fordelt mælken efter, vil vi ikke få B-mælksleverancer de første år. Og det håber jeg da, vi kan fortsætte med," siger formanden. Godt en tredjedel af andelshaverne stemte imod den nye model, men det har formanden ikke noget problem med.

"Nogen har sagt, at bankerne ikke helt forstår denne model, når man forhandler finansiering. Det tror jeg nu ikke bliver et problem, og alle skal nok lige se, hvordan systemet virker, før de er trygge," slutter *Christian Andersen*.

Arla behøver ingen produktionsregulering

B-mælk er ikke tema i Arla Foods ifølge formand Ove Møberg.

I Arla Foods har man i en tid diskuteret ny kapitalmodel. I løbet af 2010 skal man beslutte sig for en lang række forhold omkring interne ejerbeviser, ekstern kapital og leveringsrettigheder. Formand *Ove Møberg* noterer sig, at to mindre mejerier nu indfører B-mælksystemer med lavere afregning for at kunne kontrollere indvej-

ningen, og han har forståelse for, at de mindre mejerier kan have dette behov.

"A og B-mælk er dog ikke et tema i Arla Foods. Vi har ikke planer om nogen form for produktionsbegrænsning, for vi tror fortsat på vækst og vil ikke stå i vejen for dem, som vil investere og være en del af fremtiden," siger *Ove Møberg*. Han er også

overbevist om, at Arla kan håndtere den ekstramælk, som en fri produktion giver, i takt med kvoteafviklingen frem mod 2015.

"Det er selvfølgelig et stykke ude i fremtiden, men her og nu er jeg overbevist om, at produktionen vil være fri for vore andelshavere," lyder fremtidsprognosen.

USA De amerikanske mælkeproducenter får nu hjælp fra regeringen, som stiller 300 mio. kr. til rådighed til opkøb af ost på hjemmemarkedet til brug som fødevarerhjælp. Desuden begynder regeringen at udbetale støtte for at afbøde de dårlige mælkepriser. Der er tale om et bidrag på 70 cent pr. 100 kg eller omkring 3,5 øre pr. kg op til en samlet produktion på 2,7 mio. kg mælk.

SVERIGE Milko har fundet en afløser for Erik Gumabon, som fratrådte posten som selskabets adm. direktør i efteråret 2009. Det bliver den 56-årige Göran Henriksson, som siden 2006 har været adm. dir. Östersunds Tidningar.

NZ/SAUDI Det newzealandske mejeriselskab Fonterra har købt sin partner ud på det saudiarabiske marked for mælk og ost. Det drejer sig om selskabet Saudi New Zealand Milk Products, som Fonterra hidtil har haft sammen med partneren Sadafco. Overtagelsen finder sted i januar. Sadafco, som er landets tredjestørste fødevarer virksomhed, havde tidligere tætte bånd til Arla Foods og blev i 1976 etableret som Danish Saudi Dairy Company.

BALTIKUM Mælkepriserne i de baltiske lande er i år faldet med 31-37 pct. og befinder sig nu på laveste niveau i seks år, oplyster Agra Europe. Fra januar til september er den gennemsnitlige mælkepris faldet med 31 pct., mens priserne i Letland og Litauen faldt med 37 pct. sammenlignet med samme periode i 2008.

HOLLAND Nyfusionerede FrieslandCampina er i fuld gang med at rationalisere koncernen. I december meddelte selskabet, at seks anlæg i henholdsvis Holland, Tyskland og Belgien skal afvikles i løbet af de kommende to år.

FINLAND Konkurrencen på det finske marked er skærpet, efter at Valio har iværksat kampagne, som fokuserer på nationale, finske værdier med en appel om at bevare finske arbejdspladser. Valio er efter sigende bekymret over, at Arla Ingman har adgang

til billigere, frisk mælk via udenlandske mælkeleverancer. Importen - og Valios bekymringer - omfatter også ost, hvor billige udenlandske mærker har taget markedsandele under den økonomiske krise.

Smagfuldt

MARKEDSFØRING Franske osteproducenter lancerer kalender med lækre oste og matchende kvinder.

Frankrig er andet og mere end demonstrerende mælkebønder og protektionistiske landbrugsministre. Landet byder for eksempel på et righoldigt udbud af spændende og lækre oste - og ditto kvinder. Nu har en sammenslutning af franske osteproducenter - l'Association Fromages de Terroirs - fået den oplagte idé at kombinere disse to nationale klenodier i en praktisk kalender, som enhver mejerimand bør have hængende på opslagstavlen. Bare sådan for at kunne følge med i, hvilken dag, det er og hvad der rører sig på det franske ostemarked.

Det er femte år i træk, at From' Girls kalenderen sendes på gaden (hvem husker ikke Camembert-pigen i 2009?), og ifølge udgiverne har interessen for årets udgave været ganske overvældende. Bestillinger er strømmet ind fra det meste af verden.

Læs mere på: www.fromages-de-terroirs.com



Forsiden af 2010-kalenderen fra de franske osteproducenter. Bemærk osten.

Skånemejerier vil hverve Arla-bønder

STRANDHUGST Sveriges næststørste mejeriselskab, Skånemejerier, har indledt en kampagne med det erklærede formål at kapre mælkebønder fra landets største mejeriselskab, Arla Foods. Mellem jul og nytår indbød ledelsen af Skånemejeri over 300 Arla-bønder til et par hvervemøder, hvor mælkeproducenterne blev tilbudt medlemskab af selskabet på lige fod med de nuværende andelshavere.

Knap 200 200 Arla-andelshavere mødte

den 29. december op til et møde i Växjö, hvor Skånemejeriers adm. direktør, Björn Sederblad blandt andet præsenterede selskabets strategi med at markedsføre lokalproduceret mælk.

Der foreligger endnu ingen oplysninger om, hvorvidt Arla-producenterne ønsker at tage imod tilbuddet om at skifte selskab. Skånemejerier fortsætter sine hvervemøder i februar.

Ny mælkeskandale i Kina

MELAMIN I midten af december anholdt kinesisk politi tre personer, som sigtes for at sælge fem ton mælkepulver, som er forurennet med stoffet melamin. De tre anholdte arbejdede for mejeriselskabet Jinqiao i Shaanxi-provinsen i det nordlige Kina. Myndighederne nåede at gribe ind, inden det forurenede pulver nåede ud til forbrugere.

Sagen kom frem kun et par uger efter, at

Kina henrettede to mænd, der havde produceret og solgt over 1.600 ton forurennet mælkepulver i 2007 og 2008. I alt 20 personer blev dømt i den sag, hvor blandt andre bestyrelsesformanden for mejeriselskabet Sanlu fik en dom på livsvarigt fængsel. Sanlu var den gang Kina største producent af mælkepulver, men selskabet gik konkurs i kølvandet på mælkepulverskandalen.

14 pct.

Så meget steg den gennemsnitlige afregningspris fra april til oktober 2009 hos de 16 største mejeriselskaber i EU.

KILDE: LTO





Usikre tider forude

KRYSTALKUGLEN En finanskriser, der har bidt sig fast. Utrygge danskere, der sparer op i stedet for at forbruge. 2010 bliver næppe året, hvor de gyldne tider vender tilbage til fødevarerbranchen, konkluderer cheføkonom Leif Nielsen, Landbrug & Fødevarer.

Af Peter Biisgaard, pbi@lf.dk

”Det er på alle måder en voldsom krise, vi gennemgår. Vi vender ikke bare sådan lige tilbage til verden som den så ud før 2008 - hvis vi nogensinde gør det. Efter alt at dømmes er det en noget anden virkelighed, der venter på den anden side af krisen.”

Landbrug & Fødevarers cheføkonom *Leif Nielsen* strør ikke just om sig med jubeloptimisme, når man beder ham kaste et blik i fødevarer- og mejeribranchens krystalkugle for 2010. Nu så det ellers lige så godt ud i december med priskurver på verdensmarkedet, der havde en næsten lodret kurs på vej ind i det nye år.

Hvad sker der?

”Hvis man vil se lidt længere frem end de aktuelle priskurver, skal man starte med det basale: den globale forsyning af korn. Korn er basisråvaren i fødevarerproduktion, og derfor vil kornmarkedet på den ene eller anden måde påvirke priserne på alle de andre fødevarer. I øjeblikket er vi i en situation, hvor kornlagrene måske ikke er overfyldte, men der er til gengæld heller ikke ’run’ på dem.”

Folk tør ikke bruge penge

”Vi befinder os i en global lavkonjunktur, og må

nok forvente, at der forsat vil være lave priser på korn i 2010. Og at priserne på mejeriprodukter og andre fødevarer derfor ikke kan fortsætte med at stige,” siger Leif Nielsen. Han understreger samtidig, at man i modsætning til tidligere bør indregne et nyt element i de modeller, man bruger i pris- og markedsanalyserne på fødevarerområdet: Psykologi.

”I Danmark har store dele af befolkningen på grund af skattereformen og den lavere rente fået et større økonomisk råderum i 2010. Men de bruger ikke pengene. De har set, at naboen er blevet arbejdsløs, og tænker ’hvad nu hvis det sker for mig?’. Der er kommet en frygt ind, som betyder, at folk i højere grad sparer op i stedet for at forbruge. Og det har haft en meget stor dæmpende effekt på det fødevarersegment, som ikke handler om ’at gøre mæt’. Gourmet- eller overskudsforbruget er hårdt ramt af krisen. Til gengæld har holdningsforbruget - fx økologien - stort set ikke oplevet nogen nedgang. Og den tendens vil fortsætte i 2010,” mener Leif Nielsen.

Traditionelle prognoser duer ikke

Ifølge cheføkonomen gør karakteren af

denne krise det meget vanskeligt at opstille traditionelle prognoser. ”Vi er vant til at analysere ud fra forholdet mellem produktion og lagerbeholdning sat i forhold til de cyklusser, som priserne altid bevæger sig i. Ændringer i forbrugeradfærd er sjældent med til at fastsætte prisen. Men det er det nu. Selv i den vestlige verden er folk bogstaveligt talt begyndt at spise endeskorpen. Samtidig vil man på de nye markeder i Asien kunne opleve, at folk simpelthen kan fravælge mejeriprodukter. Fordi det er relativt nyt for mange af dem og derfor nemt at skære bort, hvis indtægterne svigter,” forklarer han.

De prognoser, der opstilles, er derfor forbundet med enorm usikkerhed.

”En ting kan vi dog være nogenlunde sikre på: Når der på et tidspunkt kommer gang i den økonomiske vækst, og folk igen tør bruge penge, så rykker det. Hurtigt. Kornpriserne bliver presset i vejret, et pres der bliver forstærket af, at korn også bruges til biobrændstof, der bliver et attraktivt alternativ, når olieprisen stiger. Og den bevægelse vil helt sikkert forplante sig til fødevarerpriserne,” forklarer Leif Nielsen.

Mælkeprisen

styres af den globale balance

REGNESTYKKE. Forholdet mellem udbud og efterspørgsel på verdensmarkedet bestemmer, om prisen på mælk går og eller ned. Vi bringer en oversigt over de vigtigste aktører og giver et par kvalificerede bud på deres potentiale i 2010.

Af Peter Biisgaard, pbi@lf.dk

USA

Stigende eksport fra lavt niveau

Efter at have spillet en perifer rolle på verdensmarkedet blev USA storeksportør i 2008.

Da priserne faldt året efter, dykkede den amerikanske eksport med 25 pct. Analytikere forudser en stigning i eksporten på 16 pct. i 2010, men der bliver i høj grad tale om afdisponering. Det forventes ikke, at USA kan indtage rollen som systematisk storeksportør, og den amerikanske eksport kommer ikke til få væsentlig indflydelse på markedsbalancen i det kommende år. På lidt længere sigt bør man dog ikke afskrive amerikanernes eksportpotentiale, da deres produktionsomkostninger er lavere end i fx Europa.

I øjeblikket er den amerikanske mælkeproduktion faldende som en følge af mælkeproducenternes nedslagningsprogram og svage økonomi.

EU

Stabil produktion

Samlet set har EU-landene ikke været i stand til at producere op til den øgede kvotemængde. De lande, der producerer til kvoten (blandt andet Danmark, Tyskland, Italien og Holland) har altid gjort det, mens en række andre lande som UK, Sverige og en række østeuropæiske lande producerer langt under landekvoten. Krisen har vist, at adskillige lande ikke er konkurrencedygtige, og det forventes, at særligt de nye medlemslande i Østeuropa vil miste markedsandele i de kommende år.

EU's mælkeproduktion bevæger sig i årets første seks måneder ind i sin højsæson. Det vil isoleret set betyde et pres på priserne i nedadgående retning, men da flere lande producerer under kvote, bliver der næppe tale om et markant fald. Samtidig forventes balancen på verdensmarkedet (se Asien, NZ og Australien) at få en stabiliserende effekt på mælkepriserne.

EU's lagre kommer næppe i spil

I 2009 har EU opkøbt smør og mælkepulver til intervention. Men på grund af stigende priser har man ikke købt op siden starten af september. I december 2009 var der ca. 75.000 ton smør på interventionslager og knap 40.000 ton på private lagre, mens der var oplagret 260.000 ton skummetmælkspulver.

Umiddelbart er der ingen grund at bekymre sig om lagrene og den negative effekt, det kunne have på priserne, hvis de blev sendt ud på markedet. Den private oplagring af smør er et led i den gængse sæsonforskydning – disse lagre vil forsvinde i løbet af vinteren. En stor del af interventionsmørret (ca. 50.000 ton) vil blive afdisponeret som EU's fødevarerhjælp til fattige.

Tilbage er skummetmælkspulveret. Her lyder vurderingen fra chefkonsulent *Kristian Svendsen*, Landbrug & Fødevarer, at man i EU vil være meget påpasselig med at tømme lagrene på et tidspunkt, hvor det kan trække tæppet væk under priserne på mejeriprodukter.

“EU vil typisk vente, til priserne for alvor stiger. I den situation vil nogle tradere opkøbe pulveret til en billig penge, sælge videre til en god pris og få en god fortjeneste. Der bliver altså ikke tale om et generelt prisfald,” pointerer han.

“Lige nu udgør lagrene ikke noget problem eller en trussel. Den eneste effekt er nok, at tilstedeværelsen af lagrene kan være med til at lægge en dæmper på prisforventningerne”, siger *Kristian Svendsen*.

LYN-PROGNOSEN: STABILE PRISER I 2010

Med kraftigt stigende verdensmarkedspriser op mod årsskiftet burde man i henhold til de gængse modeller forudse et prisfald i løbet af 2010. Priser bevæger sig i bølger. Men ingen regler uden undtagelser, og i øjeblikket tyder meget på at kurven flader ud i det nye år, og priserne finder et mere stabilt leje, mener chefkonsulent *Kristian Svendsen*, Landbrug & Fødevarer.

“Der var lagt op til et prisfald, men vi bliver sandsynligvis reddet på strengen af en mindre stigning i efterspørgslen og en relativt stabil global mælkeproduktion. Med alle de forbehold, der nu er for den slags forsimplede forudsigelser,” understreger han.

ASIEN

Potentiale for øget import

Markederne i Asien – ikke mindst Kina – har oplevet en markant stigende efterspørgsel i de senere år. En stor del af efterspørgslen bliver dækket af import fra Australien og New Zealand. Men EU (og Danmark) eksporterer også til at disse markeder.

Det forventes, at importen fortsat vil vokse i 2010, om end på et noget lavere niveau end hidtil.

Asien er den eneste region i verden, hvor der reelt er basis for en vækst i efterspørgslen.

NEW ZEALAND

Beskeden vækst i eksporten

New Zealand er storekøber på verdensmarkedet med en betydelig afsætning i Asien. År efter år har landet øget sin mælkeproduktion ganske betydeligt (3 pct. pr år de sidste 5 år) og eksporteret en stor del af den (90 pct.) til meget konkurrencedygtige priser.

Men blandt andet på grund af klimaproblemer (tørke, vandmangel) forventes New Zealand ikke at kunne opretholde tidligere tiders vækstrater.

”Tidligere lød prognosen på en stigning i mælkeproduktionen på 4,5 pct. I år bliver det dog kun ca. 1,5 pct.,” siger chefkonsulent Kristian Svendsen, Landbrug & Fødevarer. ”I fremtiden kommer New Zealand efter alt at dømmen til at opleve en mere stabil produktion”.

New Zealand spiller en afgørende rolle i den globale balance. I de første seks måneder af året befinder landet mælkeproduktion sig i lavsæsonen. Hvis man i den periode ikke er i stand til at dække efterspørgslen i Asien, vil det betyde bund under priserne.

AUSTRALIEN

Faldende produktion

Australien blev ramt af alvorlige tørkeproblemer for 5-6 år siden og har siden haft svært ved hæve produktionen til tidligere tiders niveau. Der er stadig problemer med vandforsyningen i kvægbruget og problemer med tørke forventes at blive en tilbagevendende begivenhed.

I 2010 forventes mælkeproduktionen at forblive stabil til let faldende.

SYDAMERIKA

Stabil produktion

Sydamerika har potentialen til at blive en betydende eksportør til verdensmarkedet. Men det kommer ikke til at ske i 2010. Da priserne begyndte at falde igen for et par år siden, blev der taget en stor mængde kvæg ud, og i øjeblikket er der ingen tegn på, at mælkeproduktionen for alvor er på vej op. Stabil mælkeproduktion lyder den mest optimistiske forudsigtelse for 2010.

Den ukendte faktor: Efterspørgslen

Den globale finanskriser har selvsagt medført et tilbageslag for forbruget af mejeriprodukter og andre fødevarer. Når der på et tidspunkt igen kommer gang i økonomien, vil det omvendt medføre en stigning i efterspørgsel og (formodentlig også) priser på mejeriprodukter. Primært på markeder uden for Europa, hvor der er størst potentiale for vækst i forbruget.

Det store spørgsmål er derfor, om vi allerede i 2010 kommer til at opleve et økonomisk opsving. Det er der foreløbig ikke meget, der tyder på.

Mælkegyser på den anden side af jordkloden

PROGNOSE EU's mælkeproduktion står foran sin højsæson. På den sydlige halvkugle er man på vej ind i lavsæsonen. Hvorvidt prisen på mejeriprodukter går op eller ned i 2010, afhænger groft sagt af, om Australien og New Zealand vil være i stand til at dække efterspørgslen i Asien i det kommende halve år.

December 2009 var en god tid for leverandørerne til spotmarkedet i EU. Den stigende efterspørgsel op mod jul medførte relativt høje priser på fx tankvognsfløde og skummetmælkskoncentrat.

Men den fest er slut nu. I det kommende halve års tid vil EU's mælkeproduktion støt og roligt stige frem mod maj, hvor højsæsonen topper. Det vil alt andet lige lægge en dæmper på de stigende mælkepriser.

”Lige nu er sødmælkspulver en god forretning, og man vil nok kunne reducere tendensen til et prisfald i EU ved at flytte en større del af produktionen over på sødmælkspulver, hvis 3. landsefterspørgslen er til det. Men den altafgørende faktor er mælkeproduktionen i Oceanien (Australien og New Zealand, red.), som i de næste seks måneder befinder sig i lavsæsonen. Hvis Oceanien hurtig får udsolgt, vil EU helt frem til september skulle dække efterspørgslen i Asien. I så fald kan vi moderere eller undgå et fald i priserne. Men vi kommer næppe til at opleve markant stigende priser.”

Sådan lyder den korte analyse af udsigterne for verdensmarkedet i 2010 fra en mand, der følger markedet tættere end de fleste: sales director *Jørgen Ingemann*, business unit trading i Arla Foods.

På grund af tørke og andre klimaproblemer har New Zealand og ikke mindst Australien svært ved at leve op til tidligere tiders vækstrater i mælkeproduktionen. Produktionen i Australien er faldet i de senere år, og New Zealand forventes kun at være i stand til at øge produktionen minimalt i 2009/10-sæsonen.

Kina øger importen af sødmælkspulver

Asien er nettoimportør af mejeriprodukter og et centralt eksportmarked for Oceanien. Samtidig er Asien en af de få regioner på kloden, hvor forbruget af mejeriprodukter er vokset – og har potentialen til på langt sigt at

◀ stige yderligere, selvom kriser og for store prisudsving i perioder dæmper væksten.

“Kina er tilsyneladende kommet sig ovenpå prisstigningerne i 2007. Samtidig har Melamin-skandalen medført en øget import. Ikke mindst af sødmælkspulver, hvor importen i 2009 er femdoblet,” fortæller Jørgen Ingemann. Han ser samtidig nogle tegn på, at Oceanien kan få svært ved at forsyne det asiatiske marked gennem hele lavsæsonen. Selvom han advarer mod at overfortolke signalerne.

“Priserne er allerede steget betydeligt, og der må også i år forventes en reaktion mod de højere priser. Australien lancerede for nylig en fordobling af priserne på cheddar til det japanske marked. Blandt andet på grund af de høje priser på sødmælkspulver. Japanere har svaret igen med at reducere deres import og trække på deres lagre. De forventer, at der er tale om midlertidig prisboble,” fortæller han.

Undgår prisfald

I Landbrug & Fødevarer betragter chefkonsulent *Kristian Svendsen* også handelsforholdet mellem Oceanien og Asien som den vigtigste brik i spillet om mælkeprisen i det kommende år.

“Det afgørende bliver, hvorvidt de asiatiske markeder er i stand til at øge forbruget af mejeriprodukter. Hvis det sker, vil Australien og New Zealand ikke være i stand til at forsyne dem. Og hverken EU, USA eller Sydamerika er i stand til at øge mælkeproduktionen væsentligt. Mit bedste bud er, at den globale markedsbalance bliver reddet på strengen af en mindre forbrugsstigning og en relativt stabil mælkeproduktion med tendens til et lille fald,” siger Kristian Svendsen.

Svag optimisme på nære markeder

Hos Nordex Food, der eksporterer hvid ost til markeder i EU og Mellemøsten, ser man tegn på en vis fremtidsro blandt kunderne. Ikke mindst på de nære markeder i Danmarks nabolande.

“Efter et år med negativ vækst, prisfald og tilbageholdende kunder kan vi nu spore en gryende optimisme hos detailkæderne,” fortæller eksportchef *Jan Norvin*. “Der er fortsat pres på priserne, men hos flere kæder har vi oplevet en lyst til at prøve noget. Tage nye produkter ind. Få en dialog om, hvordan vi udvikler markedet. Og det er nyt. Tidligere handlede det kun om pris og om ikke at købe mere end højst nødvendigt.”

Jan Norvin tvivler dog på, at opsvinget er lige om hjørnet.

“Vi er ikke kommet til et punkt, hvor vi står foran en periode med voldsom vækst. Men den negative vækst er ovre, og nu er der tid og overskud til at tænke fremad,” siger han.

Detailhandel: Fortsat fokus på lav pris

BUTIKSHYLDEN Forbrugerne er ikke klar til at bruge flere penge på dagligvarer, og discountsektoren vil fortsætte sin vækst ind i det nye år, forudser detailhandelsekspert.

Af Peter Biisgaard, *pbi@lf.dk*

Umiddelbart er der ingen tegn på, at hr. og fru Danmark er klar til at slippe Dankortet løs på indkøbsturen. Snarere tværtimod. En ny måling viser, at forbrugerne ikke forventer, at bruge flere penge på dagligvarer i det kommende år, end de gør nu. Og det er bemærkelsesværdigt, siger chefkonsulent *Flemming Birch* fra konsulent- og analysevirksomheden Retail Institute Scandinavia.

“Vi skal jo alle have noget at spise hver dag, og derfor er fødevarer den kategori, hvor du tidligst vil se tegn på bedre tider,” forklarer han.

Den lave forventning er for ham et klart billede på, at forbruget næppe for alvor bliver hævet i 2010.

“Det er muligt, vi er på vej ud af krisen, men det vil stadig være prisbevidstheden, der styrer dagligvarekundernes handlinger. Forbrugerne reagerer altid med en vis forsikelse,” mener han.

Discountkæderne ændrer karakter

Finanskrisen har ikke overraskende givet discountsektoren vind i sejlene. Den vækst vil fortsætte i 2010, spår *Flemming Birch*. Han fortæller, at der i øjeblikket sker en forskydning i detailhandlen, hvor flere af discountkæderne nærmer sig et vareudbud og en butiksindretning, der minder om det, man ser i de etablerede supermarkeder.

“Supermarkederne svarer igen med gule prisskilte og tilbudsvare overalt i butikken. Men discountkæderne har fat i den lange ende,” forklarer han, og kommer med et eksempel fra mejeriområdet: Nettos introduktion af en serie eksklusive produkter fra Løgismose Mejeri.

“Netto låner troværdighed fra Løgismose, mens Løgismose får afsat sine high-end-produkter til en større kundekreds. Det er god krisestrategi,” konkluderer *Flemming Birch* og fortsætter retorisk:

“Hvad ser bedst ud? En Netto-butik med Løgismose-produkter på hylderne eller en Føtex-butik med gule tilbudsskilte over det hele? Her klarer discounterne sig bedst,



Forbrugerne vil fortsat have et skarpt øje på priserne i det nye år.

selvom begge kæder afviger fra deres koncepter. Det er samtidig et godt eksempel på, at fødevarerproducenterne i en krisetid bliver nødt til at finde nye kanaler til deres high-end-produkter.”

Øget fokus på sundhed

Folk tager færre chancer i en krisetid, forklarer *Flemming Birch*. Kunderne har ikke udpræget lyst til at prøve noget nyt. “Der er ikke basis for den store produktudvikling lige nu. Til gengæld kan man se, at økologien holder distancen under krisen. Forbrugerne er meget optaget af sundhed, og det vil de fortsat være. Her kunne være en åbning for mejeribranchen,” mener han.

En ting, han nødt vil spå om, er, hvornår vi kan se afslutningen på den efterhånden langvarige prisrig på drickemælk i detailhandlen.

“Priskrige er vanvittige svære at forudsige. De har deres egen logik. Mælk er en populær trafikvare, som bliver brugt til at trække folk ind i butikkerne. Sådan er det bare.”

Pilen peger opad i 2010

STATUS Flertallet af mejerier oplevede fald i omsætning og indtjeningen i 2009, viser rundspørge. Der var dog også lyspunkter, og de fleste tror på fremgang i det nye år.

Af Lars Winther, lwi@lf.dk

Faldende omsætning og tilsvarende indtjening. Det har været virkeligheden for flertallet af danske mejerier i 2009. Men ikke alle hænger med mulen, da hele 7 ud af 20 adspurgte faktisk har oplevet stigende omsætning, og 5 melder om stigende indtjening. Så karakteristikken af det forgangne år må nærmest betegnes som broget, når man kommenterer på tallene fra en rundspørge blandt Mejeriforeningens medlemmer foretaget umiddelbart før jul. Graver man lidt dybere i tallene, vil man se, at først og fremmest privatmejerierne samt virksomheder med specialiseret forarbejdning (f.eks. oste-pulver) faktisk har haft et fornuftigt år, hvor man har profiteret af de lave råvarpriser.

Blandt andelsmejerier med smør, ost og mælk på hylderne har året været mindre godt, men troen på det kommende år er til gengæld positiv. Det gælder både i Thise og i Arla Foods.

Thises loyale kunder

"Vi har været ramt i 2009. Thise Andelsmejeri er en del af verdensmarkedet, og selv om vi er økologiske og primært forsyner hjemmemarkedet, så har krisen smittet af på os også. Når det er sagt, så skal det siges, at vi har haft nogle særdeles trofaste og loyale kunder, der har valgt vores produkter til, og vi er sluppet billigt - det kunne være gået meget værre ellers," siger bestyrer Poul Pedersen. Og det positive sind tror også på det kommende år.

"Jeg synes, at markederne ser bedre ud. Både på de nære eksportmarkeder og herhjemme er der bedring. Så jeg tror på en



Adm. direktør Peder Tuborg, Arla Foods: "De gode takter, vi har set i de sidste måneder af 2009, skulle gerne fortsætte ind i det nye år, og opbremsningen i økonomien begynde at løse."

fremgang i 2010. Ikke tilbage til de rigtig gode priser som i 2007 og 2008, men jeg tror, 2010 bliver et år med fornuftige prisstigninger og økonomisk fremgang."

Arla ser muligheder

Selvom Arla Foods årsregnskab endnu ikke foreligger, og i øvrigt heller ikke indgår i undersøgelsen, så har en presset afregningspris og en voldsom omstrukturering været klare signaler om en svær situation.

"Det har været et hårdt år. Men det viste sig, at vi midt i den økonomiske krise kunne holde fast i vores koncernstrategi og samtidigt gennemføre det største spareprogram nogensinde," siger adm. direktør Peder Tuborgh, som tror på, at opsvinget bider sig fast.



Mejeribestyrer Poul J. Pedersen, Thise Mejeri: "Jeg synes, at markederne ser bedre ud. Både på de nære eksportmarkeder og herhjemme er der bedring."

"De gode takter, vi har set i de sidste måneder af 2009, skulle gerne fortsætte ind i det nye år, og opbremsningen i økonomien begynde at løse. Vi håber, at forbrugertiliden igen begynder at spire, selvom forbrugerne fortsat er prisbevidste, og fortsat vil vælge discountprodukter," siger Peder Tuborgh. Arla Foods har investeringsstrategien klar for de kommende år.

"Investeringsrammen til produktionen forventes øget. Vi satser på struktureffektiviseringer, kapacitetsudvidelse, bæredygtighed og værdiforædling. Det skal følges op af større marketingsbudgetter og en helt ny brandingstrategi for koncernen, som vi vil sætte igang i det sene forår 2010," lyder det fra Viby.

Mejeriernes evaluering af 2009 - og forventning til 2010

	2009			2010		
	Ned	Uændret	Op	Ned	Uændret	Op
Omsætning	13	0	7	1	6	13
Indtjening	9	6	5	1	10	9
Eksport	2	8	7	0	8	9

Mejerierne blev i en rundspørge bedt om at vurdere udviklingen i 2009 ift. det foregående år. Desuden skulle de angive deres forventninger til det kommende år. Redaktionen modtog 20 svar. Det fremgår, at 13 mejerier i 2009 oplevede et fald i omsætning, mens 7 oplevede en stigning. Til næste år forventes generelt bedre forretningsvilkår. En del mejerier forventer ganske vist uændrede forhold, hvilket dog først og fremmest gælder de mejerier, som oplevede fremgang i 2009. Det fremgår også, at flere mejerier bruger flere kræfter på eksporten og har positive forventninger til de udenlandske markeder. Det fremgår, at 3 af de 20 overhovedet ikke har eksport, og derfor ikke figurerer i sidste linje.



KULØRT OSTEBORD Det britiske selskab Pilgrims Choice har specialiseret sig i at levere cheddar fra mindre producenter til detailkæder og andre kunder i over 30 lande. Seneste lancering er et kulørt sortiment med ostene: Wensleydale med såkaldte 'festlige frugter', en røget cheddar, en traditionel farmhouse cheddar, Wensleydale med tranebær og en stærk, modnet 'vintage' cheddar samt en dobbelt Gloucester med løg og purløg.

FÅR, GED OG KARTOFFEL

Tyske Routhier-Weber GmbH har lanceret en græsk specialitet under produktnavnet Saganaki. En paneret fåreost fremstillet af fåre- og gedemælk og med en skorpe af kartoffel.



ikke bryder sig om at løbe tør for fløde. En 1,5 liters flaske med UHT-fløde med en holdbarhed på tre måneder. Så burde de fleste være dækket ind i tilfælde af uventede gæster.



kalorier pr. flaske. Tilsat Galaxy chokolade og lanceret af Mars Consumer Drinks. Endnu et eksempel på hvordan brands fra andre brancher breder sig til mejerimarkedet.



MALTMÆLK Mælk tilsat malk-ekstrakt og pakket i en lille 20 cl karton med skruelåg er seneste udspil fra Milch Union Hocheifel i Tyskland. Enkelt og praktisk, selvom navnet på det nye produkt er lidt af et mysterium: Heltemælk (Heldenmilch).

COLA-MÆLK Coca Cola i Kina står bag lanceringen af denne blandingsdrik med det imponerende navn: Minute Maid Pulpy Super Milky. Fremstillet af frugtsaft, mælkepulver, valleprotein og kokos. Drikken sælges i tre smagsvarianter: mango, fersken og ananas.



PESTO-OST Ost og pesto er to velsmagende fødevarer. Nu har hollandske Landana kombineret elementerne i en ny ost, som lanceres en 200 g emballage med genluk og et lille vindue, så man kan se, hvornår det er på tide at købe en ny ost. Ud over grøn pesto fås osten i smagsvarianterne mild, krydret, oliven og tomat, chili sambal, spidskommen og valnød.



LANGTIDSFLØDE Belgiske Olympia er klar med et nyt produkt til de forbrugere, der

ifølge pressematerialet er der tale om en probiotisk drik med 2 pct. fedt og kun 68



JESPER THEILGAARD

Meteorolog, DR-nyheder/vejret

Vejrmanden og den gamle ost

Hvad er dit favoritmejeriprodukt?

God stærk ost! Der må godt være flere forskellige på bordet at vælge imellem, men ostene skal købes hos en rigtig ostehandler (aldrig i plastik fra supermarkedet). En ostehandler er særdeles svær at opdrive i København, men hos købmanden i Fjaltring var der et virkelig godt udbud. Bare ærgerligt der er så langt.

Hvornår spiser/drikker du det?

Især om morgenen, af og til til frokost, men aldrig på madpakken, hvis jeg skulle finde

på at tage sådan en med på arbejde. Om aftenen kan den stærke ost også være en lille lækkerbisk. Skulle en humpel have gemt sig og ligget og lagret lidt ekstra, kan jeg godt lide at indtage den i værkstedet, og denne ekstra-ekstra lagrede ost får derfor tilnavnet "værkstedstost"

Hvornår indtager du stærk ost?

Det er en hverdagsting, som får dagen til at begynde godt. Men naturligvis kan et veldækket ostebord i klassisk forstand med en god fyldig rødvin sætte stemningen i vejret i selskab med gode venner. Det gode ved en rigtig ost er, at den har smag! Vel at mærke en særlig smag og ikke den samme smag som en supermarkedsost, der jo smager ens - og som regel af ingenting.



SPIL HASARD MED DINE PRØVER

**VÆLG EN KOPI OG BLIV
FORSØGSKANIN!**

ELLER VÆLG KEOFITT

**150.000 ANDRE HAR ALLEREDE
TESTET OS FOR DIG!**



DON'T GAMBLE WITH YOUR SAMPLE™

KEOFITT®

WORLD LEADERS IN STERILE SAMPLING™

Keofitt A/S • Lumbyvej 11H • DK-5000 Odense C
Tel. +45 6316 7080 • Fax +45 6316 7081 • www.keofitt.dk



Hobro Mejericenter er udstyret med masser af robotter og hjælpeværktøjer, så de ansatte kan være effektive og klare de ca. 250.000 ordrer om året, som centeret håndterer.

Mælkens kraftcenter

KONSUM Halvdelen af Jylland får hver dag leveret mejeriprodukter fra Arla Foods Hobro Mejericenter. Næste ønske for det moderne mejeri- og distributionscenter er eksport af mælk

På den store tilkørselsplads ruller hjemvendte lastbiler langsomt ind. Chaufførerne bakker til, og ud ryger tomme bure. Aftenen og nattens travlhed er ovre, og de fleste læsseramper på Arla Foods Hobro Mejericenter står tomme hen denne mandag formiddag, og der, hvor chaufførerne har bakket nogle få af de ca. 70 lastvogne til, køres tomme bure ud fra ladene.

”Travlheden har vi om natten og om morgenen, hvor mælken skal frisk ud til kunderne,” forklarer mejerichef *Marianne Nielsen*.

Norden af Jylland

Hobro Mejericenter rummer både mejeri og distributionscentral. I alt har 450 medarbejdere deres daglige gang på anlægget, der udgør det ene af Arla Foods’ fire store distributionscentre. Sammen med Christiansfeld, Slagelse og Ishøj holder Hobro Mejericenter Danmark forsynet med friske mejeriprodukter.

”Hvis man forestiller sig en linje fra Skanderborg i Østjylland til Ringkøbing i Vestjylland og tager hele området nord for denne linje, så har man godt og vel Hobro

Mejericenters distributionsområde,” fortæller *Marianne Nielsen*.

Mejeriet producerede i 2009 omkring 136 mio. liter mælk, fløde og tykmælk. Yoghurt, desserter, sovser og andre varianter bringes ind fra andre mejerier til termina-



”Hvis vi i teorien havde mulighed for at rive alt ned og indrette helt fra bunden, så tror jeg faktisk, at det ville komme til at ligne det, vi har i dag. Det er tæt på optimalt,” siger mejerichef *Marianne Nielsen* om Hobro Mejericenter.

len i Hobro, hvorfra de bringes ud til ca. 900 butikker i den nordlige del af Jylland.

Fremme i skoene

Inde i tappetiet spytter en enkelt af mejeriets seks tappemaskiner stadig kærnemælk og piskefløde ud. En enkelt ansat kan holde maskinen forsynet med frisk emballage til nattens sidste ordrer. Lyden fra transportbåndene og tappemaskinen absorberes i de store rum, hvor et hævet loft med ovenlys hænger højt over hovederne på medarbejderne.

Indretningen af bygningerne er et resultat af en fire-årig ombygning og modernisering. En ny tankfinger, en ny service- og teknikbygning samt en ombygningen af tappetiet og terminalen hører i dag til centerets 16.400 m².

”Hvis vi i teorien havde mulighed for at rive alt ned og indrette helt fra bunden, så tror jeg faktisk, at det ville komme til at ligne det, vi har i dag. Det er tæt på optimalt,” kommenterer mejerichef *Marianne Nielsen*.

Pick to voice

Årligt indløber over 250.000 ordrer til Hobro Mejericenter, og derfor er en af de store

udfordringer at effektivisere logistikken. Det gælder ikke mindst i terminalen, hvor varerne samles og pakkes.

”Det er ikke lige meget om en palle står et par meter forkert. Når vi skal ekspedere og samle varer og sende, hvad der svarer til 1200-1800 euro-paller ud på et år, kan det blive til mange unødvendige timer, der spildes,” fortæller terminalchef Rudi Petersen.

Alle ordrer håndteres med det såkaldte pick to voice system. Kort fortalt har de ansatte høretelefoner på, og her læses ordrene op af en computer. Lageret er inddelt i 'gader' med 'husnumre' og systemet beder for hver ordre den ansatte om at gå hen til en bestemt gade og husnummer og hente X-antal af varen.

”Det er et smart system. Over 95 pct. af alle kundernes ordrer ankommer rettidigt, og kun i 1 ud af 1.000 tilfælde er der fejl. Men vi har alligevel altid fokus på at indrette os endnu smartere,” siger Rudi Petersen.

ESL

Et andet synligt bevis på, at anlægget i Hobro er fremtidssikret er mejeriets ESL-anlæg. Med det har mejeriet mulighed for at producere Extended Shelf Life-mælk – mælk med forlænget holdbarhed, som kan klare sig ca. 21 dage i køleskabet.

Siden 2006 har mejeriet eksporteret ESL-mælk til Tyskland, lige som Hobro også i et stykke tid havde godt gang i eksport af mælk i private label mærker til både Sverige og Tyskland.

”Men lige nu er priserne bare ikke til eksport af drømmemælk,” fastslår Marianne Nielsen.

Denne formiddag kører ESL-maskineriet da heller ikke, og ikke siden august har mejeriet sendt ESL-produkter ud.

”Jeg håber, at markederne bliver bedre, så der igen kan komme gang i eksporten i 2010,” siger mejerichef Marianne Nielsen.

Rasmus Holm Thomsen, rht@if.dk

Fakta

Hobro Mejericenter

Ansatte: 450

Produktion: 136 mio. kg mælk, fløde og tykmælk

Ordrer i terminalen: 250.000 årligt

Kunder: 900 butikker i det nordlige Jylland

Antal biler: 70 stk., der kører 70 mio. km årligt

2009:

EU-støtte vs. markedskræfter

TILBAGEBLIK. På trods af et comeback til EU's støtteordninger, viste det forgangne år, at ordningerne har langt mindre indflydelse på prisdannelsen end tidligere.

2009 blev på mange måder et begivenhedsrigt år. Dette afspejler den kendsgerning, at der efter reformen af EU's landbrugspolitik er langt mindre politisk styr på prisdannelsen, end det tidligere var tilfældet. Selv om meningen således er, at udbud og efterspørgsel skal styre prisudviklingen for mejeriprodukter, blev der i løbet af året taget en række beslutninger til støtte for markedsudviklingen for at hindre for stort strukturelt pres på især primærsiden i mælkesektoren.

Hermed en kort oversigt over årets gang på markedsfronten i EU:

Allerede før året startede, var det på baggrund af de negative tendenser i markedet i efteråret 2008 besluttet, at det skulle være muligt at lægge smør på privat lager med EU finansieret støtte til oplæggelsesomkostningerne fra **1. januar 2009**. Normalt skulle denne ordning først træde i kraft 1. marts.

22. januar besluttedes det i forvaltningskomiteen at genindføre støtte til mejeriprodukter ved eksport ud af EU. Disse restitutioner var ellers blevet afviklet i sommeren 2007, da priserne var på det højeste.

Samtidig blev det besluttet, at det skulle være muligt at søge restitutioner to gange pr. måned og ikke kun første gang som besluttet i 2007.

I **februar** blev det forud for starten af interventionen pr. 1. marts, besluttet at der skulle kunne bydes ind til intervention 2 gange pr. måned i stedet for 1, hvis de faste mængder blev overskredet.

tre dage efter starten på interventionen var loftet på 30.000 tons smør nået og yderligere opkøb ved licitation blev sat i værk allerede 10. marts.

14. april var loftet på 109.000 tons skummetmælkspulver nået, og 23. april blev den første licitation afgjort. Både for smør og for skummetmælkspulver fastholdt Kommissionen stort set det prisniveau der gælder ved opkøb til fast pris.

9. juli bliver det besluttet at forlænge muligheden for at lægge på privat lager med støtte ud over august måned, men produkterne skal ligge til efter august 2010.

22. juli kommer Kommissionen første rapport om markedet, den politiske debat accelererer og det besluttes at interventionen kan fortsætte ud over august måned, reelt til september 2011.

24. juli ophæves mindsteprisen for ost der kan få eksportstøtte, der skal ryddes op i lagrene.

3. september bliver de sidste mængder smør opkøbt, i alt var der anmeldt 83.222 tons. Det er dog ikke alle disse mængder der i sidste ende accepteres.

8. oktober bliver de sidste mængder skummetmælkspulver opkøbt, i alt var der anmeldt 282.587 tons. Der er ingen støtte til privat oplagring for skummetmælkspulver.

12. oktober lægges de sidste mængder smør på privat lager, i alt når der at blive oplagt 135.633 tons smør på privat støttet lager, meget er dog allerede igen udlagret.

I oktober beslutter landbrugsministrene, at der kan ske en fordobling til 15.000 euro af loftet for national støtte til producenterne, og det besluttes at yde en støtte på 280 mio. euro i støtte til EU's mælkeproducenter i 2010 for at kompensere for det dårlige marked.

5. november bliver stort set alle restitutioner igen sat i o grundet den bedre markedsituation, og 19. november fjernes den sidste eksportstøtte til smør.

Kristian Svendsen, krs@if.dk

Bakteriernes udvikling skal kortlægges

Forskningsprojekt til 10 mio. kr. skal afdække, hvordan produktionsforhold påvirker bakteriers sygdomsfremkaldende egenskaber, og i hvilket omfang man risikerer at blive syg.

Af Lars Winther, lwi@lf.dk

Sikkerheden i danske fødevarer er blandt de højeste i verden. Det er bl.a. fordi, de danske mejerier har godt styr på bakterierne. Dette skyldes høje hygiejnestandarder, grundig kontrol og at stort set alle produkter er baseret på pasteuriseret mælk. Alligevel vil professor *Lene Jespersen* gerne være endnu klogere på, hvordan listeria og andre bakterier påvirkes i de forskellige faser i produktionen. Dette er blandt andet relevant, fordi efterspørgslen på danske råmælksoste er stigende.

Bakterier i flere faser

”Fødevarerindustrien har godt styr på kvaliteten i slutproduktet, hvor vi sagtens kan tælle mængden af de forskellige typer bakterier. Men vi vil gerne være klogere på, hvordan forskellige typer stress lige fra varmebehandling til saltning påvirker bakterierne under produktionen, samt hvordan disse stresspåvirkninger fremmer eller hæmmer udviklingen af sygdomsfremkaldende egenskaber,” forklarer Lene Jespersen. De sygdomsfremkaldende egenskaber hænger i høj grad sammen med, hvilke sygdomsfremkaldende gener (virulensgener) bakterierne udtrykker. Det er således meningen, at ændringer i ekspressionen af disse virulens-gener skal måles hele vejen gennem de enkelte produktionstrin. Denne viden skal sammenholdes med bakteriernes sygdomsfremkaldende evner. Ved at



Professor Lene Jespersen er i spidsen for et grundforskningsprojekt, som bl.a. kan bane vejen for flere danske råmælksoste.

udsætte tarmceller og nematoder, som er små ormestignende organismer, for bakterierne, vil man få kendskab til bakteriernes virulenspotentiale, dvs. sammenhængen mellem ekspressionen af virulens-gener og hvorvidt man risikerer at blive syg.

”Målet er både at beskytte forbrugerne mest muligt men også at give fødevarerhvervet mere viden om bakteriers virulens undervejs, så man har et mere

vidensbaseret grundlag for at beslutte en eventuel tilbageholdelse,” siger Lene Jespersen. Dermed kan mejerierne også undgå at kassere fødevarerpartier på et forkert grundlag.

Mulighed for nye produktområder

Endvidere skal mere sikker viden, og på sigt nye analysemetoder, gerne åbne op for nye produktområder som eksempelvis råmælksoste.

”Rent smagsmæssig er der jo spændende muligheder i at arbejde med upasteuriseret mælk, og vi importerer jo allerede en del råmælksoste fra lande med en mere lempelig lovgivning på området. I Danmark vil vi meget nødig give afkald på fødevarerens sikkerheden men med de nye metoder, bør man få bedre muligheder for at bevæge sig ind i dette område4,” siger professoren.

Projektet følges også af flere udenlandske forskere, som vil blive brugt som sarringspartnere undervejs, og den nye viden vil blive publiceret internationalt, så også andre fødevarerproducerende virksomheder kan gøre brug heraf.

Men danske virksomheder har uden tvivl en fordel af, at projektet er dansk og tilpasset danske produktionsforhold. Endvidere opstår der som regel også forskellige muligheder for at patentere forskellige metoder undervejs,” slutter Lene Jespersen.

Fakta om forskningsprojektet

- **Titel:** Virulenspotentiale af fødevarerbårne patogener bestemt ved kvantitative genanalyser.
- **Projektbeskrivelse:** Undersøge hvorledes forhold under fødevarerproduktionen påvirker mikroorganismers evne til at fremkalde sygdom med det formål at udvikle nye analysemetoder.

- **Periode:** Løber over tre år med start januar 2010 og afslutning december 2012.
- **Budget:** 10,3 mio. kr., hvoraf Mejeribrugets ForskningsFond bevilger 2,7 mio. kr. Endvidere midler fra Fødevarerforskningsprogrammet samt Det Strategiske Forskningsråd.
- **Forskere/organisation:** Projektet ledes af professor Lene Jespersen, KU-LIFE. Der

er yderligere to professorer, en lektor, en postdoc samt to ph.d.-studerende tilknyttet. Endvidere er der en række løst tilknyttede forskere fra forskellige EU-lande.

FØDELSSDAGE

11. november | 50 år.

Senior Manager Henrik Damholt Jørgensen, Arla Foods, Viby J.

15. januar | 60 år.

Produktudviklingschef Inger Hansen, Lactosan, Ringe.

1. februar | 50 år

Direktør Carl Åge Dahl, Landbrug & Fødevarer, Axelborg.

JUBILÆER

22. januar | 25 år

Sekretariats- og administrationschef Eva Højmark Dahl.

FRATRÆDELSER

L&F's kommunikationschef fratrådt



Karsten Anker Petersen fratrådte i december stillingen som kommunikationschef i Landbrug & Fødevarer for at tiltræde stillingen som særlig rådgiver for klima- og energiminister Lykke Friis. Stillingen er nu slået op, og kommunikationsafdelingens fire mellemledere vil, indtil ny kommunikationschef er på plads, referere til direktør Claus Søgaard-Richter.

"mejeri" til mælkeproducenter

10. december afholdt Mejeriudvalget årets tredje og sidste møde. Udvalget valgte *Andreas Lundby*, Arla Foods, som næstformand og udpegede samtidigt formænd for de fire ekspertgrupper.

Endvidere drøftedes fremtiden for bladet 'mejeri', hvor man blandt andet besluttede at udvide distri-

butionen, så mælkeproducenter i fremtiden også vil modtage bladet.

Endelig forholdt man sig til en række aktuelle emner som fedtafgift, morgenmælkskampagnen m.m. Medlemmer af Mejeriforeningen kan se sammenfattende referat på www.mejeri.dk/medlemsforum (passwordbeskyttet side).

Stevns formand for ny konference

Akademiet for Tekniske Videnskaber har nedsat en organisationskomite, som skal fremme teknisk, videnskabelig forskning under overskriften bæredygtige fødevarer systemer. Direktør i Landbrug & Fødevarer *Michael Stevns* er udnævnt til formand for organisationskomiteen, som består af 12 medlemmer. Komiteen skal komme med mulige løsninger på den store udfordring, verden står over for, hvis der i 2050 skal være etableret et bæredygtigt fødevarer system for ni milliarder mennesker. Indspil til løsninger præ-

senteres på en international konference d. 29. juni 2010 i København.

"Jeg er stolt over at få lov til at arbejde med en udfordring, der er så væsentlig for os alle - såvel privatpersoner som aktører i et erhverv," siger Michael Stevns.

"Heldigvis har vi så meget at byde på i vores produktionsgrene og i vores ansvarlige indstilling til tingene, at jeg er sikker på, at Danmarks kompetencer burde kunne virke inspirerende på klodens beslutningstagere," siger direktøren.

ATV

Kirkeby Cheese medlem af Mejeriforeningen

Kirkeby Cheese indtræder 1. januar som nyt medlem af Mejeriforeningen og dermed også i Landbrug & Fødevarer. Virksomheden består af handelsselskabet Cheese Export med salg af en række mejeriprodukter og Kirkeby Foods, hvor Haarby Mejeri indgår.

"Det er meget tilfredsstillende, at endnu en virksomhed har valgt at blive medlem af Mejeriforeningen og dermed få adgang til brancheak-

tiviteter og alle fælles aktiviteterne i Landbrug & Fødevarer," siger direktør *Michael Stevns*. Kirkeby Cheese var tidligere medlem af Markedsudvalget, som blev nedlagt efter Mejeriforeningens tilslutning til Landbrug & Fødevarer.



Videnscentret for Landbrug

Landscentret i Skejby får nyt navn og skal fremover hedde Videnscentret for Landbrug,

oplyser Landbrug & Fødevarer. Det tidligere navn var "Dansk Landbrugsrådgivning, Landscentret".



Ny lommebog

Mejeribrugets Lommebog 2010 er på gaden med alle de nye forandringer i branchens struktur og persongalleri. Lommebogen koster 100 kr. og kan købes ved henvendelse til: Foreningen af mejeriledere og funktionærer, tlf. 66 12 40 25 eller på mail lommebog@maelkeritidende.dk.

Totalløsninger for mælkepulver- fabrikker

Hvorfor tage chancen med flere forskellige leverandører, når du kan få hele din mælkepulverfabrik hos én leverandør?

GEA Niro kombinerer innovative løsninger med stor erfaring indenfor samtlige industrielle mejeriprocesser, uanset om det er mælk, valle eller baby-food.

Vi sikrer en komplet og driftsikker proceslinje af uovertruffen kvalitet, fra mælkeindtagelse og lagring over pasteurisering, inddampning og spraytørring til transport, lagring og pakning af det færdige pulver.

Så lad være med at tage chancer - vælg én sikker procesleverandør. Vælg GEA Niro.



Process Engineering

GEA Niro

Gladsaxevej 305, Postboks 45, DK-2860 Søborg, Danmark
Tel: +45 39 54 54 54 Fax: +45 39 54 58 00
E-mail: food.dairy@niro.dk www.niro.com