

nr. 12 | 2. december | 2011
nyhedsmagasin om mejeribranchen

mejeri

Nye produkter på bordet

TEMA | DANISH FOOD CONTEST | SIDE 9-13

Smørpris under pres

MARKED | SIDE 14

Ost giver IKKE forhøjet kolesteroltal

FORSKNING | SIDE 18

Ny Agro Food Park indvies 18. januar

Byggeriet af det nye afsnit ved Agro Food Park skrider planmæssigt frem og er klar til officiel indvielse d. 18. januar. Her deltager er en række prominente personer i indvielsesprogrammet, herunder bl.a. Niels Jørgen Pedersen (formand Landbrug & Fødevarer) og Peter Tuborgh, (administrerende direktør Arla Foods) sammen med Boo inviterede gæster. Blandt indflytterne er Landbrug & Fødevarers afdeling i Skejby og Mæl-



keudvalget, som forlader den midlertidige pavillon på parkeringspladsen. Adressen er i fremtiden Agro Foods Park 13 (-altså ikke 15), Skejby, DK 8200 Aarhus N.

At undres

Det skulle være så vældig sundt at undre sig en gang i mellem. Det første skridt på vejen til en ny erkendelse, mener nogle.

Ud fra den betragtning gennemlever vi i øjeblikket en forrygende periode i dansk mejeribranche. Der er rigeligt at forundres over.

Fx burde det efterhånden være gået op for de fleste, at Danmark og resten af verden befinder sig i omfattende økonomisk krise. Flere europæiske lande står og vipper på kanten af en dyb afgrund. Væksten er gået i stå, og der er et åbenlyst behov for initiativer, som kan sætte gang i forbruget og animere virksomhederne til at investere i fremtiden.

Hvad gør den nye regering i den situation?

Den lancerer en finanslov med en hel buket af nye afgifter, som belaster det i forvejen tunge, danske omkostningsniveau yderligere. Transportskat og øgede sukkerafgifter alene kommer til at koste mejeribranchen 600-700 mio. kr. Vel at mærke oven i en fedtskat på 750 mio. kr.

Man undres.

Det er for folkesundhedens skyld, lyder argumentet. Den danske befolkning vil have godt af at skære ned på forbruget af mættet fedt og sukker.

Utvivlsomt. Men afgifter, der rammer

sunde basisfødevarer som yoghurt og ost, er næppe vejen frem.

Et af de rigtigt tunge argumenter for at lægge fedtskatten på netop det mættede fedt var, at det forhøjer kolesteroltallet og dermed øger risikoen for hjertekarsygdomme. Nu viser et forskningsprojekt fra KU-Life, at mættet fedt i ost ikke hæver kolesteroltallet. Overhovedet ikke. Og det er langt fra det første stykke forskning, der tørt og overbevisende fastslår dette.

Betyder det så, at regeringen fremover vil fritage ost for afgiften?

Næppe.

Man undres.

"... afgifter, der rammer sunde basisfødevarer som yoghurt og ost, er næppe vejen frem."

Jørgen Hald Christensen, jhc@if.dk



"I tirsdags spiste jeg en halv skive mellemlagret ost 45+. Helt uden at væmmes. Jeg ved godt, at det ikke lyder som breaking news, men når man kender mig, ved man, det er tæt på."

Madredaktør Annette Nyvang om, hvordan hun via hypnose kom af med sin mangeårige afsky for ost. I Politiken, 6. nov.

"Mættet fedt er ikke mere usundt end at spise hvidt brød. Men vi har ingen ekstra skat på franskbrød, og på den måde er fedtskatten skør. Når vi så lægger skatten på et produkt som ost, der faktisk er sundt, så er det helt hen i vejret."



Lektor Tine Tholstrup, Institut for Human Ernæring, KU-Life. Om fedtskatten - i forbindelse med omtale af undersøgelse, der viser, at mættet fedt i ost ikke hæver kolesteroltallet. I fagbladet Ingeniøren, 21. nov.

"Der, hvor man virkelig kan blive forvirret, er, at der lægges sukkerafgift på produkter, som er nøglehulsmærket. Regeringen står bag dem i forhold til kostrådene, men lægger alligevel afgift på."



Executive vice president i Arla Foods, Peter Giørtz-Carlson. Om regeringens nye sukkerafgift. I Landbrugsavisen, 25. nov

mejeri udgives af



Landbrug & Fødevarer
Agro Food Park 15
8200 Århus N
T +45 3339 4000
F +45 8731 2001
www.lf.dk

Redaktion

Christina Holm Eiberg (ansv.)
Peter Biisgård
Lars Winther

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 Peter Biisgård
tlf. 3339 4801,
pbi@if.dk

Oplag

6.000 månedligt

Indholdet af mejeri må
gengives med kilde-
angivelse.

Materiale indsendt uop-
fordret kan ikke forventes
returneret.

Forside

Brød på bordet
Food Contest' var andre fødeva-
rebrancher inviteret med til LMU
i Herning.
Foto: Birgitte Rødkær

ISSN 1604-1259

Nye afgifter belaster mejerierne

FINANSLOV I regeringens finanslovsaftale hæves blandt andet afgiften på tilsat sukker i fødevarer. Ifølge L&F vil det alene koste danske mejerier 600 mio. kr.

Den 20. november forhandlede regeringen og Enhedslisten en ny finanslovsaftale på plads. Mod forventning indeholdt den ikke en stigning i fedtafgiften. Den forbliver på 16 kr. pr. kg mættet fedt. Til gengæld lanceres en række nye afgifter og skatter, der i større eller mindre grad vil lægge yderligere omkostninger på mejeribranchen. Transportskat, afgift på tilsat sukker i fødevarer, konsum-is m.m.

Beregninger fra Landbrug & Fødevarer viser, at udvidelsen af varegrundlaget i sukkerafgiften alene vil belaste mejerierne med en ekstraregning på 600 mio. kr.

"Det er i forvejen dyrt at producere i Danmark", siger direktør *Claus Søgaard Richter*, Landbrug & Fødevarer. "Afgifterne vil øge presset på, hvordan man kan optimere sin produktion, og worst case-scenariet er, at produktionen vil flytte ud. Sukkerafgiften kommer på toppen af en hel byge af afgifter, som vælter ned over fødevarerhvervet."

Hovedparten af afgiftsforhøjelserne



Fra Christiansborg flyder der i øjeblikket en lind strøm af nye afgifter ud over fødevarerhvervet.

træder i kraft fra det kommende årsskifte, mens den nye afgift på tilsat sukker i fødevarer først træder i kraft pr. 1. januar 2013. Afgiftens endelige udformning skal forhandles på plads i løbet af det kommende år. Udvidelsen af varegrundlaget forventes at indbringe statskassen godt en mia. kr.

NYE AFGIFTER MED BETYDNING FOR MEJERIBRANCHEN

Pr. 1. januar 2012

Chokolade og sukker: Afgiften på chokolade- og sukkervarer hæves med 6 kr./kg til 23,75 kr./kg af sukkerholdige produkter. For sukkerfrie produkter hæves afgiften med 6 kr./kg til 20,20 kr./kg.

Konsum-is: I dag er der en afgift på 4,25 kr. pr. liter is, når varens indhold af tilsat sukker overstiger 0,5 g pr. 100 ml. Er indholdet under denne grænse, er afgiften 3,40 kr. pr. liter. Afgifterne på konsum-is hæves med 50 pct.

NoX-afgift: NoX-afgiften for stationære motoranlæg hæves fra 5 kr. til 25 kr. pr. kg (NoX-afgiften er en afgift på udledning af kvælstofoxider).

NB: Kort før deadline meddelte Ritzau, at ikrafttrædelsen af NOx-afgiften er udsat et med halvt år.

Pr. 1. januar 2013

Chokolade og sukker: Regeringen vil ændre afgifterne på chokolade- og sukkervarer m.m., så der i større omfang kommer afgift på tilsat sukker i fødevarer. Den endelige produktafgrænsning og afgiftssats er ikke afklaret og vil først falde på plads i løbet af næste år. Skatteministeriet skønner, at udvidelsen af afgiftsgrundlaget vil indbringe et samlet, varigt provenu på 1,025 mia. kr.

ARBEJDSMILJØ Arbejdsmiljønetværket for mindre mejerier er blevet nomineret til ArbejdsmiljøPrisen 2011 i kategorien Muskel-skeletpåvirkninger. Den endelige vinder af prisen blev offentliggjort den 30. november - umiddelbart efter, at dette blad blev trykt - hvem det blev, kan man læse mere om på www.amr.dk.

Arbejdsmiljønetværket for mindre mejerier står bag udviklingen af nogle nye værktøjer, som kan aflaste tunge, gentagne løft i produktionen på små og mellemstore virksomheder i branchen. Der er 21 mejerier med i netværket.

FORENING Landsforeningen af Danske Mælkeproducenter, Danske Svineproducenter og Frie Producenter rykker nu tættere sammen med organisationen Bæredygtigt Landbrug. Målet er at sikre større gennemslagskraft, ikke mindst over for det politiske system. De fire organisationer lægger ikke skjul på, at man ikke er enig i den linje, som Landbrug & Fødevarer har på området.

OPKØB I starten af november godkendte EU Arla's opkøb af det sydtyske mejeriselskab Allgäuland-Käsererei, og kort tid herefter kunne Arla løfte sløret for hovedlinjerne i den tyske satsning.

Allgäulands salgsafdeling flyttes til Arlas hovedkontor i Düsseldorf, hvor også ansvaret for markedsføring placeres. Dertil har Arla besluttet, at man i 2012 vil lukke mejeriet i Riedlingen - et af Allgäulands fire mejerianlæg. I spidsen for den nye tyske organisation placeres koncerndirektør *Tim Ørting Jørgensen*.



8.919 kg ...

Danske køer producerer ikke så meget mælk, som de har gjort. Den gennemsnitlige mælkeydelse pr. malkeko er faldet fra 9.070 kg sidste år til 8.919 kg i indeværende år. Årsagerne kan være en ringere kvalitet af majsensilage, og at flere køer malkes i længere tid pga. kvoteudvidelsen, oplyser Videncenter for Landbrug, Kvæg.

Mejeriproduktion i Danmark (3 kvartaler)

Januar - september	2011	2010	Pct. udvik.
Smør	28.023	25.314	+ 10
Ost	211.094	225.422	- 6
Konsum	578.006	576.142	0
Konserves/pulver	131.374	125.605	+ 5

KILDE: MEJERIFORENINGEN

Mere smør - mindre ost

Den samlede danske mejeriproduktion er nu opgjort for årets første 3 kvartaler. I forhold til året før produceres mere smør og pulver, mens konsummælksproduktionen stort set er uændret. Ost er til gengæld gået tilbage.

På ostefronten er det især de bløde (Danablu, brie, hvid ost m.m.) og gule oste (Danbo, Samsø m.m.), som hver især er faldet med knap 20 pct. Til gengæld er frisk ost vokset tilsvarende, så sidstnævnte nu er største ostetype med en samlet produktion på 86.932 ton.

I konsummælkskategorien er der kun små ændringer mellem de forskellige typer mælk, idet kærnemælk og kakao dog taber andel og 'andre friske' produkter vokser.

Produktionen af skummetmælkspulver og anden mælkekonserves er øget med hhv. 40 pct. og 14 pct., mens sødmælkspulver til gengæld er faldet med knap 5 pct.

Finkultur

FOTO: MIRACLE FILM DISTRIBUTION



Scene fra filmen *Poupoupidou* - et uomgængeligt værk for alle med interesse for markedsføring af franske oste.

Det ligner efterhånden en tradition i bladet, at vi op mod julen serverer et par læsertips til oplevelser med et vist element af kunst og kultur. Tidligere har vi således præsenteret en fransk kalender med knivskarpe farvebilleder af kvindelige osteeksperter iført en til lejligheden passende mængde tøj.

I år skal vi igen en tur til Frankrig, og igen er ost og kvinder omdrejningspunktet. Det handler om den premiereaktuelle film 'Poupoupidou', som tager afsæt i historien om kvinden Candice, kendt og elsket fra reklamerne for osten Belle de Jura. Anmelderne

har været ualmindeligt begejstrede for filmen, der karakteriseres som en raffineret og smuk udstedskrimi med Twin Peaks-atmosfære og et strejf af Coen-brødrene osv...

På redaktionen har vi endnu ikke haft fornøjelse af at opleve denne finkulturelle milepæl. Men vi har set ovenstående billede fra filmen. Og det er sådan set rigeligt til at fastslå, at der er tale om en rigtig god film - ikke mindst for fagfolk i den danske osteverden.

God fornøjelse.

HÆDER I samarbejde med designbureauet Design by Makers har Arla Foods givet sin besøgsafdeling på Brabrand Mejeri et løft med særligt fokus på børns oplevelse af mejeriverden. Resultatet er netop blevet belønnet med den prestigefyldte designpris 'If Design Awards' i kategorien 'Communication Design'. I konkurrencen deltog virksomheder fra 48 lande.

Kort fortalt er det nye besøgscenter udformet som et interaktivt miljø, hvor børnene skal lege, lytte, røre og prøve sig frem gennem 23 sorte bokse, indtil de når målet i et såkaldt Dairy Lab. Brabrand Mejeri modtager hvert år besøg af ca. 12.000 børn.

LEVERANDØRER Skånemejerier opgiver nu at tegne leverandørkontrakter med danske mælkeproducenter, skriver Landbrugsavisen. Det sydsvenske mejeriselskab har tidligere udmeldt ambitiøse planer om at etablere en fast forsyning af mælk fra især sjællandske mælkeproducenter, men da kun en enkelt større producent viste interesse, valgte man at droppe planerne. I stedet overvejer selskabet nu at købe dansk mælk fra SøMælk, som forhandler den hvide råvare fra en række mælkeproducenter i det sydlige Jylland.



FORSKNING Kan skræddersyede proteiner, som stimulerer kroppens muskelmasse, hjælpe patienter til hurtigere at blive raske? Et godt spørgsmål, som et forskningsprojekt på Aarhus Universitet i denne måned tager fat på at finde svar på. Blandt andet med assistance fra Arla Foods Ingredients, som udvikler et beriget valleprodukt, der skal anvendes i universitetsforsøg. Forskningsprojektet er støttet af Det Strategiske Forskningsråd med 19,3 mio. kr.

Velkommen til afgiftsland

Den nye finanslov hæver afgiften på sukker og konsum-is. Det rammer iscremeproducenterne, der i forvejen betaler chokoladeafgift, konfekturf afgift, fedtafgift og den helt specielle danske isafgift. "Det er en smule overvældende efterhånden," siger iscremeproducent og mejerier N. H. Lindhardt, Aabybro Mejeri.

Hvad siger du til de nye afgiftsforhøjelser?

"Når man fremstiller is, er man vant til afgifter. Danmark har som det eneste land i verden en decideret isafgift. Dertil er iscreme belagt med chokoladeafgift, nøddeafgift, konfekturf afgift, sukkerafgift og senest fedtafgift - inden der kommer moms oveni. Men det er da en smule overvældende efterhånden".

Hvordan kommer det til at påvirke din forretning?

"Det må tiden vise. Sidste gang de hævdede afgifterne, kunne vi ikke mærke noget på salget. Danskerne spiser i gennemsnit 10 liter is om året, så et par kroner oven i literprisen vælter næppe budgettet. Salget af de helt billige is bliver måske ramt, fordi afgiftsstigningerne bliver meget synlige på prisen. Men vores is hører heldigvis til i den dyre ende."

Så efter din mening er det helt OK med flere afgifter?


"Nej. Først og fremmest fordi den samlede stribe af nye afgifter kommer til at ramme de fattigste i landet. Folk på kontanthjælp. Det synes jeg ikke er fair.

Fedtafgiften er heller ikke rar. Den sætter gode, sunde mejeriprodukter i bås med noget usundt. Helt konkret synes jeg også, at det er forkert, at vores energitætte is til syge og svagtpisende bliver ramt af den afgift. Meget hårdt endda. Det har da ikke noget med sundhed at gøre."

"Vi er faktisk begyndt at eksportere den energitætte is til hospitaler og plejehjem i Sverige. Blandt andet for at sikre, at vi også har en afsætning i fremtiden. Det tegner lovende."



Mejerier N. H. Lindhardt, Aabybro Mejeri.



Vidste du, at hver fjerde liter mælk forarbejdes med vores procesudstyr?

Med mere end 250 selskaber verden over kan GEA Group altid levere den sidst nye procesteknologi til produktion af alle typer af mejeriprodukter.

Baseret på en grundlæggende forståelse af processerne i mejeriindustrien kombineret med vores avancerede procesudstyr kan GEA - i tæt dialog med kunden - tilbyde komplette løsninger, som opfylder alle krav til fleksibilitet, produktsikkerhed og hygiejnisk design.

GEA Liquid Processing | GEA Filtration | GEA Niro



GEA Process Engineering

GEA Liquid Processing

Nørskovvej 1B, DK-8660 Skanderborg
Tel +45 7015 2200, Fax +45 7015 2244
post@gea-liquid.dk, www.gea-liquid.dk

Image er i bedring

KOMMUNIKATION Landbrug & Fødevarers kampagne med den nye fortælling ser ud til at virke, så erhvervets omdømme er forbedret, lød det på medlemsmøde for Mejeriforeningens medlemmer.

Med et program, som spændte fra mælkekvoter til infrarød procesteknologi i ostning, kom 50 deltagere på Mejeriforeningens medlemsmøde d. 18. november ganske vidt omkring. Første oplæg handlede om Landbrug & Fødevarers nye fortælling.

"Jeg håber, I kender den, for den har faktisk kostet en pæn del af jeres penge," sagde *Susanne Hegelund*, kommunikationsdirektør i Landbrug & Fødevarer, med et glimt i øjet. De fleste kunne heldigvis nikke, og det kan ganske mange danskere faktisk. Susanne Hegelund var således tilfreds med en positiv tendens, hvor man på 7 måneder har flyttet andelen af danskere med en positiv opfattelse af landbrugs- og fødevarerhvervet fra 41 pct. til 45 pct. og tilsvarende færre med en negativ opfattelse.

"Jeg synes, vi lykkes med at fortælle erhvervets positive betydning for den danske økonomi og samfund, og at vi har en konstruktiv tilgang til de problemer, vi står overfor" sagde Susanne Hegelund.

Selvom mælkesektoren i forvejen scorede pænt over gennemsnittet i forhold til det samlede landbrug, havde man oplevet tilsvarende forbedring.

Kommunikation skal udvikles

Direktøren havde samtidigt en lang række punkter, hvor kommunikationsindsatsen fortsat skal styrkes.

"Vi skal dyrke de gode historier og pakke dem lidt lækkert ind for omgivelserne, for faglighed er ikke nok alene. Vi skal også være fokuserede og hele tiden sikre os, at vi når de rigtige målgrupper med vores trods alt begrænsede ressourcer," lød det fra direktøren. Hun vil samtidigt gerne i tættere dialog med erhvervets omgivelser - herunder ikke mindst forbrugerne, hvor man bl.a. er på vej med en helt ny version af hjemmesiden www.voresmad.dk, der formidler opskrifter og andet stof til forbrugerne.

Blandt deltagerne blev der spurgt, om man kunne forestille sig en seersucces a la bonderøven, hvor man i stedet fokuserede

på moderne fødevarerproduktion med vægt på innovation.

"Her vil mejeriverdenen nok være for snæver, men vi kender jo serien med direktøren, som træder ned i produktionen under cover, som eksempel på, at man sagtens kan lave godt fjernsyn fra virksomheder," sagde Susanne Hegelund, som også nævnte Jan Gintbergs udsendelser fra Udkantsdanmark som eksempel på nytænkning i TV-mediet.

Konstruktiv dialog virker

Landbrug & Fødevarers arbejde for fødevarerindustrien blev yderligere rullet ud af direktør *Claus Søgaard-Richter*, som mente, at den nye organisation allerede havde opnået pæne resultater med den konstruktive dialog over for beslutningstagerne - eksempelvis 115 mio. til strategisk forskning og 400 mio. til energiforskning i år.

"Nu står vi så over for en ny regering med nye udfordringer. Men foreløbigt kan vi konstatere, at det er gået bedre, end vi havde turdet håbe på," sagde Claus Søgaard-Richter.

EU-reform bekymrer

Den tråd fulgte sektordirektør *Jørgen Hald Christensen* også.

"Vi oplever heldigvis nye toner på flere områder, hvor regeringen senest har udmeldt, at man nu arbejder for at fastholde den størst mulige landbrugsstøtte til erhvervet". Han gav forsamlingen en gennemgang af Mejeriudvalgets arbejdsområder, og han henviste bl.a. til Medlemsforum, hvor man kan følge udvalgets arbejde tæt. Han brugte bl.a. en megafon som symbol på, hvordan man arbejder på at råbe beslutningstagerne op. Og han var netop kommet hjem fra Bruxelles, hvor han sammen med direktøren for Kvæg, *Gitte Grønbech*, havde drøftet perspektiver og muligheder i de igangværende forhandlinger om justeringer af EU's landbrugspolitik.

Gitte Grønbech var noget bekymret for mange elementer omkring støtteudjævning og nye grønne krav, som kunne koste dansk kvægbrug dyrt.

"Men der er fortsat muligheder for at finde kreative løsninger, og vi har heldigvis andre allerede i EU," lød det fortrøstningsfuldt.

Lars Winther, lwi@lf.dk



Kommunikationsdirektør Susanne Hegelund ser positive tendenser i landbrugets image men vil gerne endnu tættere på forbrugerne. Her er hun sammen med formand for Mejeriforeningen, Steen Nørgaard Madsen.

Dokumentation af biogasslam vigtig

MEJERIUDVALGET Mejerierne har brug for klar dokumentation af foderets oprindelse og indhold af fremmede stoffer. Derfor har man siden 2004 haft en politik om, at der ikke må spredes slam fra kommunalt spildevand på markerne.

Danske mælkeproducenter modtager hvert år en stor del afgasset slam fra danske biogasværker som et vigtigt gødningstilskud på markerne med de forskellige foderafgrøder. Dette er uproblematisk, så længe slammene fra biogasværket ikke indeholder spildevandsslam fra kommunale rensningsanlæg, men alene er baseret på gylle og affald fra fødevarerindustrien. Her kender man nemlig indhold og sammensætning. Det er til gengæld ikke tilfældet, hvis biogasanlægget også modtager det kommunale spildevandsslam. Her er der ikke tilsvarende kontrol og kendskab til indholdet, og det giver en risiko for, at uønskede og ukendte stoffer kan komme ind i foderkredsløbet og dermed i mælken.

"Mejerierne stilles overfor meget skrappe dokumentationskrav hos de store detailkæder, som ønsker garanti for, at produkterne ikke har været i nærheden skadelige stoffer," siger sektordirektør *Jørgen Hald Christensen*. Mejeriforeningen og Dansk Kvæg besluttede tilbage i 2004 et regelsæt, som mælkeproducenter forventes at leve

op til - og som også indgår i Arlagården og Kvalitetsprogrammet for gården.

"Det er vigtigt, at mælkeleverandøren er opmærksom på dette," siger *Jørgen Hald Christensen*.

Lars Winther (lwi@lf.dk)

Branchepolitikken - spildevandsslam

- Mælkeproducenten spreder ikke spildevandsslam på markerne
- Mælkeproducenten spreder ikke afgasset gylle på markerne, hvis gyllen kommer fra biogasanlæg, der modtager spildevandsslam
- Mælkeproducenten bruger ikke indkøbt grovfoder, der er dyrket på marker, hvor der er spredt spildevandsspildevandsslam de sidste 3 år.

Mere økologisk mælk eksporteres

VÆKST Tyskland aftager mere økologisk mælk til videreforarbejdning, og mejeriprodukter tegnede sig for halvdelen af den danske økoeksport i 2010, skønt ost og smør står i stampe.

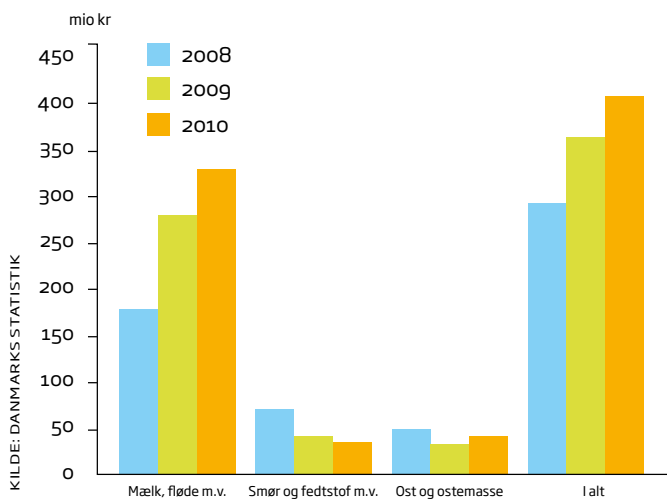
De danske mejerier eksporterede i 2010 økologiske mejeriprodukter for i alt 416 mio. kr., hvilket er en fremgang på 47 mio. kr. i forhold til året før - svarende til 13 pct. Mejerierne er dermed fortsat det store lokomotiv i den danske økoeksport, idet mejeriprodukterne udgjorde næsten halvdelen af den samlede danske økoeksport

på 857 mio. kr. i 2010. Det viser nye tal, som Danmarks Statistik netop har offentliggjort. Den økologiske mejeriekseport drives af en gunstig udvikling i mælk, fløde og andre mælkeprodukter, idet stort set hele fremgangen på 47 mio. kr. kan tilskrives denne kategori. Det er især Tyskland og til en vis grad Holland, som mælken eksporteres til. Væksten ser ud til at være yderligere forstærket i 2011, idet Arla Foods overtagelse af Hansa Milch betyder, at mere økologisk mælk forarbejdes på Arlas tyske mejeri. Til gengæld har eksporten af økologisk ost opnået en mindre fremgang på omkring 5 mio. kr. i forhold til 2009, mens smørekseporten har haft en tilsvarende nedgang. Dermed har smørekseporten fortsat den negative udvikling fra 2008.



EU's nye økologimærke, som nu er obligatorisk i hele EU.

Eksport af økologiske mejeriprodukter



Eksporten af mælk og fløde voksede med 48 mio. fra 2009 til 2010. Bemærk, at tallene viser den værdimæssige udvikling, idet volumen endnu ikke er offentliggjort.

Lille mejeriimport

Over for Danmarks eksport af mejeriprodukter på 416 mio. kr. står en forholdsvis lille import på i alt 23 mio. kr. i 2010, hvilket er 3 mio. mere end i 2009. Mejeriimporten var fordelt på mælk og fløde for 11 mio. kr., smør og andre fedtstoffer for 5 mio. kr. og oste for knap 8 mio. kr.

Ejvind Pedersen, ep@lf.dk

RUSLAND: Med WTO's optagelse af Rusland, kan europæiske mejerier se frem til en række lettelser i både samhandel og virksomhedsdrift hos naboen i øst. Importafgiften på mejeriprodukter



ventes reduceret til 14,9 pct. fra de nuværende 19,8 pct. Mejeriselskaber, som har produktion i Rusland, vil også få lettere forretningsvilkår i forhold til salg af varemærker og franchise-virksomhed.

KILDE DAIRY MARKETS, 11.11

TYSKLAND: Franske Bongrain har erhvervet 25 pct. af aktierne i det tyske mejeri, Söbbeke, som producerer økologiske mejeriprodukter.



Dermed styrker franskmændene deres position på det tyske øko-marked, hvor man allerede har en tilsvarende andel i et andet økologisk mejeri, Andechser Molkerei Scheitz.

KILDE ÖKOLANDBAU (AMI), 17.11.

FRANKRIG: Mælkeproduktionen i Frankrig steg med 5 pct. i de fem første måneder af det igangværende kvoteår. Dette er en af de højeste stigninger i EU, hvor produktionen af mælk i gen-



nemsnit steg med 1,5 pct. i perioden. Den hollandske mælkeproduktion steg med kun 0,1 pct., i Østrig var

stigningen på 4 pct., i Tyskland 2,3 pct. og i Spanien 1,2 pct.

KILDE DAIRY INDUSTRY NEWSLETTER, 21.11

BRASILLEN: Nestlé åbner et nyt anlæg i Tres Rios nær Rio de Janeiro i Brasilien. Anlægget skal primært producere UHT-mælk og har en kapacitet på 120



mio. liter om året. Pris: 520 mio. kr.

UHT-fabrikken skal forsyne markeder i Rio de Janeiro og det sydøstlige Brasilien.

KILDE DAIRY INDUSTRY NEWSLETTER, 23.11

INDIEN: Indiens position som verdens største mælkeproducerende nation ventes yderligere udbygget i de kommende år. Prognoser fra det indiske



industrikammer, ASSOCHAM, forudser en stigning fra de nuværende 123 mio. ton til 190 mio. ton, svarende til godt 50 pct. eller 10 pct. årligt.

KILDE DAIRY INDUSTRY NEWSLETTER, 24.11

Verdens største på vej til Skåne

OPKØB Skånemejeriers andelshavere har sat ledelsen i gang med at forhandle et salg af virksomheden til franske Lactalis.

Efter at verdens største mejeriselskab, Lactalis, hen over sommeren har overtaget aktierne i italienske Parmalat til en pris på EUR 2,46 mia., er man nu atter klar til ekspansion. Og næste overtagelse kan blive skandinavisk, da svenske Skånemejerier er i kikkerten. I løbet af de første uger i december ventes de indledende undersøgelser afsluttet, så andelshaverne i Skånemejerier d. 12. december skal stemme om salget med virkning fra februar næste år. Foreløbigt har svenskernes ledelse besøgt det franske hovedkvarter i Laval i det nordvestlige Frankrig, og over for den svenske landbrugsavis Lantbruk udtrykker administrerende direktør, Björn Sederblad, tilfredshed efter de indledende forhandlinger.

"Aftalen ser attraktiv ud for vore leverandører og giver skånske producenter mulighed for at investere i deres bedrifter og sikre en fremtid for skånsk mælkeproduktion", siger han til avisen. Han forventer en salgsmodel, hvor leverandørerne via en bonusordning tilknyttes virksomheden over 10 år, så de nye ejere er sikret mælkeforsyning. Han ønsker ikke at gå yderligere i detaljer om salgsaftalen, så længe forhandlingerne står på.

"Virksomheden vil forblive svensk, men med franske ejere. Lactalis har ambitioner for Nordeuropa, men er ikke afhængig af et lokalt prispress på samme måde, som vi er i dag", siger Björn Sederblad.

Lactalis overraskende

I Sverige er Lactalis en overraskelse for mange, da Skånemejerier i forvejen har et tæt samarbejde med Danone frem til 2020 omkring Proviva-produkter.

"Mange havde nok ventet en styrkelse af dette samarbejde, da Danone jo også skal overtage et mejeri i Lunnarp som en del af Proviva-samarbejdet," forklarer Anders Ingvarsson, journalist ved Lantbruk.

"For mælkeproducenterne er overdragelsesprisen og afregningsmodellen selvfølgelig afgørende, hvor man må forvente, at



Hos Skånemejerier tror administrerende direktør Björn Sederblad på gunstig aftale med Lactalis.

de sikrer sig, at de nye ejere til enhver tid kan matche markedsprisen svarende til Arlas afregning," siger Anders Ingvarsson og peger på muligheden for at sælge svenske produkter på andre af Lactalis' markeder som en styrkelse af Skånemejeriers forretningsmodel.

"I resten af Sverige er man til gengæld bekymrede over udsigten til, at man med Arla og Lactalis nu har to multinationale selskaber, som kommer til at styre den svenske mælkesektor. Og mindre mejerier ser også risikoen for, at Lactalis kan presse markedet med importeret ost og syrnede produkter," siger Anders Ingvarsson.

Hård eller blød?

I en leder i Lantbruk udtrykker redaktør Kerstin Davidson bekymring på Skåneleverandørernes vegne:

"The Economist skrev i maj, at Lactalis er kendt for en hård linje over for leverandørerne, kunder og konkurrenter og for at presse afregningsprisen til det yderste. Derfor vil det kræve en mental omstilling for skånske leverandører at blive en del af denne forretningskultur." Björn Sederblad er dog af en anden opfattelse:

"Bare i Frankrig har selskabet 14.000 leverandører, og vi har indtryk af, at selskabet tager ansvar for dem. Eksempelvis har man aldrig smidt en leverandør ud af selskabet", siger Skånedirektøren til Lantbruk.

Følg den svenske debat og nyt om fusionen på www.lantbruk.com.

Lars Winther, lwi@lf.dk

		
Omsætning	EUR 14,7 mia.	SEK 3,3 mia
Leverandører	55.000	600
Medarbejdere	52.000 i 56 lande	750

En ny udstilling tager form

KONCEPT Årets mejeriudstilling i Herning var samtidig det første spæde forsøg på at skabe en brancheudstilling for hele fødevarerhvervet. Danish Food Contest.

”Vi oplevede et glimt af, hvor godt det kan blive. Men det kræver masser af benarbejde, før vi når målet,” mener leder af udstillingssekretariatet, Sven Ålborg.

Hal H i Herning Messecenter dannede i år rammen om hele tre udstillinger. Sædvanen tro var der både Landsmejeriudstilling og Scandinavian Dairy Contest, men som noget helt nyt var arrangementet udbygget med Danish Food Contest - et forsøg på at udbrede konceptet bag mejeribranchens fagudstilling til hele fødevarerhvervet. Erhvervsvinavlerne, krydderurteproducenter, en brødproducent og en gruppe små, fynske fødevarerproducenter (Smagen af Fyn) havde taget imod tilbuddet om at præsentere deres produkter. Målt i kvadratmeter fyldte de ikke meget i den ene ende af hallen, men til gengæld trak deres bemandede boder masser af nysgerrige til i løbet af udstillingens to dage.

”Der var liv og glade dage hos vinavlerne og alle de andre. På den måde var deltagelsen af de andre brancher en succes. Folk kiggede forbi for at smage, de spurgte nysgerrigt til produkterne, og der blev i høj grad udvekslet erfaringer på tværs af borde og brancher. Og midt i det hele stod kokkeleverne fra Kold College og miksede de forskellige fødevarer fra alle brancher til noget helt nyt og overraskende. Vi oplevede et glimt af, hvor godt det kan blive,” fortæller teamleder i L&F, Sven Ålborg, der leder udstillingens sekretariat.

Et stykke vej endnu

Men der er et stykke vej igen, før Danish Food Contest kan karakteriseres som den samtlende udstilling for hele fødevarerhvervet, erkender han.

”Man er nødt til at se i øjnene, at den slags tager tid og kræver ressourcer at trække i gang. Masser af benarbejde. For det første skal man overbevise de andre brancher om, at det er en god idé at deltage. At det har stor betydning for den faglige stolthed og kvaliteten af deres fødevarer. Der er jo ikke tale om en traditionel messe, hvor producenter møder kunder og måske indgår nogle forretningsmæssige aftaler. Det er en produktudstilling for fagfolk,” forklarer han og fortsætter:

”Dernæst skal de enkelte brancher have opbygget en metode til bedømmelse af produkterne. En karakterskala og et fælles sprog, der karakteriserer produkternes tekniske kvalitet. Her står vi naturligvis klar til at dele ud af vores mangeårige erfaring og ekspertise,” siger han. Tilslutningen til Danish Food Contest var også præget af, at man først kom i gang med at promovere udstillingen over for andre



Sekretariatsleder Sven Ålborg er godt tilfreds med forløbet af den første Danish Food Contest/Landsmejeriudstillingen.

”Der var liv og glade dage hos vinavlerne og de andre. Der blev i høj grad udvekslet erfaringer på tværs af borde og brancher,” siger han.



Smagen af Fyn bød på et bredt udvalg af specialiteter fra små fynske producenter. På billedet ses blandt andre Jørgen Hoff fra Gundestrup Mejeri & Bryghus

FOTO: BIRGITTE RØDKÆR

brancher i løbet af foråret 2010. Kort efter forlod to af projektets nøglemedarbejdere deres job i Landbrug & Fødevarer.

”En del virksomheder kunne ikke tage beslutning med så kort varsel,” fortæller Sven Ålborg. ”Til gengæld var flere af dem ude at besøge udstillingen i Herning, og vi har allerede fået tilsagn om at stille op til næste år fra flere nye brancher. Interessen er der helt klart.”

Udvikling er nødvendig

Nogle vil måske spørge, hvorfor Landsmejeriudstillingens sekretariat og Landbrug & Fødevarer overhovedet skal bruge tid og ressourcer på at trække andre brancher til Herning

”Fordi vi skal udvikle os, og fordi det er oplagt at lave en samlet udstilling, når vi nu alle sammen er blevet samlet i Landbrug & Fødevarer”, lyder svaret fra Sven Ålborg.

”Hvis man kigger tilbage på Landsmejeriudstillingen, så har den også været i konstant udvikling. Vi har indført live-bedømmelse og for nogle år siden fik vi de øvrige skandinaviske lande med. Der skal ske noget, ellers falder interessen”, siger han.

I år kunne han sammen med de øvrige udstillingsfolk dog glæde sig over en publikumsfremgang på hele 25 pct. sammenlignet med sidste gang, man afholdt den lille udstilling uden Food PharmaTech. Fra 2.208 til 2.739 besøgende.

”Årets udstilling forløb over forventning. I udstillingsudvalget er vi meget tilfredse,” fortæller Sven Ålborg.

Peter Biisgård, pbi@lf.dk

Danish Food Contest kan give international opmærksomhed

PERSPEKTIV Hvad skal fødevarerbranchen med en Danish Food Contest?

Landbrug & Fødevarers administrerede direktør og to af årets nye udstillere giver deres bud på mulighederne i en samlet brancheudstilling.



Carl Aage Dahl, adm. direktør i Landbrug & Fødevarer:

"Danish Food Contest er med til at skærpe det i forvejen høje faglige niveau i Danmark, og hvis vi kan få samlet flere brancher, kan konkurrencen potentielt blive en vigtig del af de danske fødevarerproducenters identitet. Danish Food Contest er i mine øjne med til at opkvalificere de danske produkter både på det danske marked og i resten af verden.

Den danske eksport afhænger af vores ry for at lave produkter af højeste kvalitet, og det er netop dét, både Landsmejeriudstillingen og Danish Food Contest handler om. Danish Food Contest kan blive en konkurrence, der anerkendes internationalt og er med til at skabe opmærksomhed omkring hele den danske fødevarerproduktion. Det er derfor helt afgørende, at flere brancher deltager næste år. Og jeg håber, at det i fremtiden kan blive til Scandinavian Food Contest, så vores norske og svenske naboer også kan dyste med."



Jean Becker, formand for Foreningen af Danske Vinavlere:

"Jeg tror, det er vigtigt for Danmark, at vi, inden for fødevarerbrancherne, taler sammen og promoverer erhvervet sammen. Det, at vi deltager i en anerkendt konkurrence, vil give noget opmærksomhed omkring dansk vinproduktion. Med det sagt, så mener jeg, at der er plads til flere brancher, og vi håber, at bagerne og kødfolket vil deltage næste år.

Jeg tror, der er langsigtet potentiale i en stor dansk fødevarerkonkurrence. Det er helt sikkert. I f.eks. Frankrig og Tyskland ser man store udstillinger, og det er virkelig godt for brancher og virksomheder at være med til den slags. Det kan give international opmærksomhed. Derfor ser vi også gerne flere nordmænd og svenskere næste år."



Niels Øjfjord, salgs- og marketingschef i Gloria Mundi:

"Vi vil gerne være en del af den bevægelse, der får flere produkter med til Landsmejeri, om det så er vin, brød eller krydderurter. Det gør det kun mere spændende, hvis man breder det ud på flere brancher. Vi har aldrig deltaget i en tilsvarende konkurrence, og det var utrolig interessant som virksomhed at få bedømt produkterne af professionelle fagfolk.

Vi havde besøg af rigtig mange forskellige fagfolk, og de er meget nysgerrige. Det sætter gang i en masse tanker, da f.eks. mejerister tænker meget i processer. Jeg kan sagtens forestille mig, at de konkurrerende virksomheder kan lære en masse fagligt ved at udveksle viden med andre udstillere."

Simon Cantor, sic@lf.dk

Scener fra



"Det er rigtig spændende, at vi nu har fået flere brancher med her i Herning," sagde Mejeriforeningens formand, Steen Nørgaard Madsen i sin første åbningstale på scenen i MesseCenter Herning.



Hmmm... Der var gode muligheder for erhvervsvinavlernes stand.



Gæsterne flokkedes om de nye produkter på udstillingen. Her Gloria Mundi stand med krydderurter.



Der var 1.300 danske, svenske, norske og færøske mejeriprodukter at smage sig igennem på den traditionelle LMU/SDC i hallen.



Spis brød til. Kohberg Brød og bagværk.

hal H



er for at lege vinsmager blandt flaskerne med dansk vin på

FOTOS: BIRGITTE RØDKÆR



Kokkelever fra Kold College havde fået frie hænder til at mikse de udstillede fødevarer nye, spændende retter.



eltog med en stand, hvor gæsterne kunne forsyne sig med

Og vinderne er ...

FINALE Danske Arla-mejerier løb med både de danske og de skandinaviske mesterskaber i ost, smør og konsum ved årets mejerikonkurrencer i Herning. I den nye Danish Food Contest kom Skærsøgaard Vin og Gloria Mundi på sejrsskamlen.

TEKST: SIMON CANTOR
FOTO: BIRGITTE RØDKÆR

Landsmejeriudstillingen/Scandinavian Dairy Contest



SMØR

Lurpak 500 gr. saltet smør
Arla Foods Holstebro Mejeri

Produktionschef Anders Skaaning-Höglund (tv.) og teamleder Jakob Pedersen

"Det er stadig en speciel ting at vinde ved LMU, selvom vi har vundet siden 2003. Vi er altid vildt spændte på at høre resultatet, og det er vores hårdtarbejdende personale også," siger Jakob Pedersen.



OST

Danbo 45+ kommen
Arla Foods Klovborg Mejeri

Mejerichef Per M. Olsen (tv.) og produktchef Ib Madsen

"Vi har været blandt holdvinderne de seneste seks år i træk, så det er dejligt endelig at løbe med sejren. Nu har vi dommernes ord for, at Klovborg bare er lidt bedre," siger Per M. Olsen.



KONSUM

Arla Foods - Økologisk skummetmælk Harmonie fra Hobro Mejeri

Mejerichef Marianne Nielsen og produktionsleder Claus Nielsen

"Vores mælk er ren og naturlig i smagen. Jeg tror, det er derfor, at dommerne valgte den. Den smager nemlig som den skal," siger Marianne Nielsen.

Danish Food Contest

VIN

Skærsøgaard Dons Rosé Brut 2010
Skærsøgaard Vin v/ Sven Moesgaard

Formanden for Foreningen af Danske Vinavlere, Jean Becker, modtog prisen på vegne af Sven Moesgaard, der ikke kunne være til stede, da han var i Frankrig til en anden vinkonkurrence.



KRYDDERURTER

Purløg - sprøjtrefri
Gloria Mundi

Direktør Johnny Albertsen (tv.) og produktudviklingschef Henning Jørgensen

"Det er første gang, at vi deltager i en konkurrence, der er så professionel, og dommerne har virkelig taget deres opgave alvorligt. Hvis man vinder Danish Food Contest, er det, fordi produktet virkelig er i top, så præmien betyder selvfølgelig utrolig meget for os," siger direktør Johnny Albertsen.



På pilgrimsfærd til ostens Mekka

TOUR DE HERNING Det er lige dele ærefrygt og osteappetit, der driver værket, når en grønhornet journalistpraktikant bider prøvesmagskeer med Landsmejeriudstillingen 2011

Busserne ankommer i pendulfart foran Messecenter Hernings glasklædte reception. Med forventningsfulde ansigter træder folk varmsomt ned ad bussernes trapper og vender deres efterårskolde næser mod indgangens roterende sluser. Der er endnu en gang blevet tid til, at vallefolket valfarter til ostenes Mekka. Og som en nyomvendt pilgrim har jeg også pakket min bylt. Efter at en ældre herre har bippet min billet, kan jeg træde ind i en hal dækket i projektørlys og omsvøbt i messestemning. Jeg befinder mig midt i en laktoseintolerants værste mareridt - jeg står til Landsmejeriudstillingen 2011. Og det er ikke uden en god portion ærefrygt, at jeg bevæger mig ind i ostens rige.

Uendelig ost

Det første, der rammer øjenæblet, er bord efter bord med plastkasser fyldt med ost i mundrette bidder. Det er ikke langt fra at være mejeristernes svar på bland selv-slik, der mangler kun de bolsjestrubede papirposer. Jeg sender en stille tak til mine forældre for, at jeg er vokset op i et hjem, hvor der var Riberhus oven på smørret og krydderbollen! Jeg lader tandstikkerne dykke ned i den ene kasse efter den anden. Blå Castello, sort Castello, Klovborg, Jarlsberg,

gode Gamle Ole, Esrom, Danablu. Der går ikke lang tid, før ostesveden begynder at pible ned ad ryggen på mig. Træk vejret, Simon! Salattern, myseost, havarti, pikant smøreost og camembert. Min osteappetit har åbenbart bibelske proportioner, når den endelig slipper løs. Men der er uendelig meget ost, og de 800 forskellige faste gule, hvide og skimlede oste stiger mig til hoved. Flinke folk i hvide kitler skærer lystigt ost i firkanter og fylder kasserne. Jeg kaster osteklædet i ringen, og den sidste tandstik falder mod jorden, mens jeg bevæger videre igennem den mørkegrå messehal.

En kold ostebajer

Der viser sig heldigvis, at der også er øl til mejeriudstillingen. Faktisk er der flere fadølshaner end på et gennemsnitligt provinsdiskotek. Der er strandvejsæbler fra Tuborg og hoffets foretrukne fra Carlsberg, men for at holde det ægte, så kaster jeg mig ud i en rigtig mejeriøl - en øl lavet på ostevalle.

"Der er masser af mælkesukker i valle, så den kan snildt gæres og bruges til at lave øl," fortæller brygmester og mejerichef *Jørgen Hoff* fra Gundestrup Mejeri og Bryghus på Fyn. Han bruger de kedelige

"Det første, der rammer øjenæblet, er bord efter bord med plastkasser fyldt med ost i mundrette bidder. Det er ikke langt fra at være mejeristernes svar på bland selv-slik, der mangler kun de bolsjestrubede papirposer," skriver Simon Cantor i sin reportage.

FOTO: BIRGITTE RØDKÆR





FOTO: PETER BISGÅRD

Landbrug & Fødevarers journalistpraktikant Simon Cantor tjekker madlavningsfløde ud ved holdvinderbordet under sin vandring gennem hal H. Han havde taget turen fra København for at opleve sit livs første Landsmejeriudstilling. Læs hans beretning her på siden.

rester fra produktionen af sin Svenbo-ost til at brygge valleøl, og efter hans humør at dømme er han rigtig glad for sit eget bryg.

Jeg smager for en sikkerheds skyld på alle tre varianter af Jørgen Hoff's øl, inden eventyret fortsætter. Det er nu ikke så tosset at kombinere ost og øl. Tag den, rødvin!

Der er også plads til urter og vin

I et af hallens mere rolige hjørner finder jeg en grøn oase, hvor jeg er omkranset af urter. Midt i mylderet af mennesker møder jeg Niels Øjfjord. Han er salgschef for krydderurteproducenten Gloria Mundi, der løb med prisen for bedste krydderurt i fødevarerkonkurrencen, Danish Food Contest.

"Det er sørme rart at smage noget grønt efter alt det gule, Niels," siger jeg. Det forstår Niels Øjfjord godt. Gloria Mundi vandt prisen for sine purløg, og de er rigtig flotte.

"Det er, fordi de først bliver plantet på friland og så lagt i dvale, før de ender i væksthuset. På den måde kan vi lave forårsfriske krydderurter året rundt," fortæller salgschefen, der ser meget prof ud i sit brune læderforklæde. Det er første gang, at der er krydderurter med til Landsmejeriudstillingen, og første gang, at Danish Food Contest er løbet af stablen.

"Danish Food Contest er et godt initiativ, og vi vil gerne være en del af den bevægelse, der får flere produkter med til Landsmejeriudstillingen. Og det var selvfølgelig også fedt at vinde, men det er vigtigere, at vi hver dag sender virkelig gode produkter ud til vores kunder," siger Niels Øjfjord. Han virker mere optaget af sine urter end hæder og priser. Sikke en gentleman. Vi får en sludder om løvstikkens lyksaligheder og den kradsbørstige isop, før jeg bevæger mig mod udgangen. På vejen ud får jeg serveret et glas kirsebærvin af en flink medarbejder fra Frederiksdal Gods. Vinen smager herligt og slet ikke som de kirsebærvine, jeg købte i Fakta for 15 kroner lriteren i gymnasetiden. De endte ofte som mørkerødt opkast på mine hvide gummisko, så jeg kan kun lovprise godsejer og frugtavlser Harald Krabbe, der har skabt det velsmagende alternativ.

Vinen er drukket, osten spist, og min pilgrimsfærd lakker mod enden. Men selvom jeg byder Herning adjø, så vil det i al fremtid være en næsten religiøs oplevelse at spise ost med en tandstik.

Simon Cantor, sic@lf.dk

Holdvindere. Landsmejeriudstillingen/Scandinavian Dairy Contest 2011

Hold	Hovedkarakter	Mejeri	Ostetype	Mejerileder	Produkttilvirker
OST					
1011	12,94	Holstebro Flødeost, Arla Foods	Frisk ost med India 45+, 200g,	Lene Jacobsen	Torben Hovgaard/Team Buko
2043	13,04	Holstebro Flødeost, Arla Foods	Flødeost med hvidløg stærk pisket 70+, 150 g	Lene Jacobsen	Torben Hovgaard/Team Buko
3001	13,68	Birkum Ost, Arla Foods	Smelteost plain 45+, 18 g (Lillebror)	Jesper Thomsen	Team Birkum
4032	12,42	Brabrand, Arla Foods	Kvark naturel 40+, 250 g. (Kesella 10pct.)	Jørn Skovhauge	Team Brabrand Mejeri
5020	12,84	Gjesing, Arla Foods	Blå Castello 70+, 1.600 g	Bent Hansen	Team Gjesing
6006	13,28	Mammen Mejeri A/S, afd. Drøsbro Mejeri	Danablu 60+, 4 kg	Steen Poulsen	Team Drøsbro Mejeri
7046	13,38	Kruså, Arla Foods	Hvid ost tern i krydderolie m/solt. tomat 45+, 70g (Apetina)	Mette Toft	Team Kruså v/Robert Larsen
8005	12,82	Bislev, Arla Foods	UF vegetabilsk 3,8 pct. salt 20+, 200g (Puck)	Jonna Mortensen	Team Bislev
9030	12,70	Hjørring, Arla Foods	Danbo sølv folie m/k 30+, 8,6 kg	Michael Svendsen	Team Hjørring
10045	13,60	Kløvborg, Arla Foods	Danbo folie 45+, m/k 9 kg, 5 u.	Per M. Olsen	Ib Madsen
11002	12,92	Bornholms A/M	Danablu 60+, 4 kg, 16 u.	Per Olesen	Team Bornholm
12041	12,85	Tistrup, Arla Foods	Danbo folie 45+, 9 kg 35 u. (Gamle Ole XL)	Lars Nissen	Team Tistrup
13014	12,54	Östersund, Milko	Storsjö svart grynpipig 50 pct.	Michael Bachmann	-
14014	13,44	Branderup, Arla Foods	Regato rund 40+, 2,3 kg	Dagny Lange	Team Branderup
15014	13,88	Rødkærsbro, Arla Foods	Mozzarella strimlet hvid fedt 40+, 200g, (Dairyland)	Henrik Kæmpe	John Juncher
16004	13,90	Lillebælt, Arla Foods	Hvid Castello 65+, 150 g	Allan Kristensen	Søren Videsen/Tage Hansen
17040	12,72	Kløvborg, Arla Foods	Danbo 45+, m/k 700g, 6 u. (Kløvborg)	Per M. Olsen	Ib Madsen
18003	12,92	Taulov, Arla Foods	Fast modnet 30+, sk. 150 g (Höhlenkäse Light)	Brian Guldberg	Team Taulov
	14,02	Lom & Skjåk, Tine Meieriet	Gudbrandsdalsost G35, 35+, 1 kg (TINE)	Jens Hagen	Team Lom & Skjåk
SMØR					
19009					
31019	13,20	Holstebro, Arla Foods	500g salt DK (LURPAK)	Anders S.-Høglund	Team Holstebro
32004	13,60	Holstebro, Arla Foods	250g salt økologisk (Kærgården)	Anders S.-Høglund	Team Holstebro
KONSUM					
51002	15,00	Hobro, Arla Foods	Skummetmælk øko (Harmonie)	Marianne Nielsen	Team Hobro
51006	15,00	Naturmælk A.m.b.a.	Skummetmælk øko	Leif Friis Jørgensen	Team Naturmælk
51089	15,00	Hobro, Arla Foods	Piskefløde ½ l. (Karoline)	Marianne Nielsen	Team Hobro
52056	14,84	Harstad, Tine Meieriet	Lettromme 18 pct. 300 g (TINE)	Kjetil Høvde	Rømmetilvirkerne i Harstad
53014	14,52	Linköping, Arla Foods	Arla Ko Laktofri Yoghurt Passion/Vaniilj 1 l	Morten Rasmussen	Team Linköping
53022	14,52	Brabrand, Arla Foods	COOP Sund Appelsin Letmælk 1 l	Jørn Skovhauge	Team Brabrand Mejeri
54013	14,68	Linköping, Arla Foods	Matyoghurt 8 pct. 200 g (Arla Foods)	Morten Rasmussen	Team Linköping
55010	14,68	Brabrand, Arla Foods	Cultura 1,0 pct. m. mandarin/guava 500ml	Jørn Skovhauge	Team Brabrand Mejeri
55030	14,68	Brabrand, Arla Foods	DrikkeYalla jordgubb/lime 350ml	Jørn Skovhauge	Team Brabrand Mejeri
56036	14,64	Aabybro Mejeri	Karamelfromage 1,5 l	N.H. Lindhardt	Team Ryaa Is
57001	15,00	Christiansfeld Mejericenter, Arla Foods	Madlavningsfløde 8 pct.	Flemming Bundesen	Team Christiansfeld Mejericenter

Mere smør presser priserne

SMØRMARKEDET Selvom de europæiske priser falder, er niveauet dog fortsat højt. Og seneste auktion på New Zealand viste prisstigninger.

Selvom priserne på smør er faldet konstant de seneste 4 måneder, kører alverdens smørkanoner fortsat i højeste gear. New Zealand - som i første halvår indvejede godt 12 pct. mere mælk end forrige år - omsatte således en stor del af denne mælk i smør eller i den koncentrerede form som smørolie. Newzealændernes eksport steg i årets første 8 måneder til hhv. 156.000 ton smør (+ 6 pct.) og 95.000 ton smørolie (+ 7 pct.)

Mens priserne på verdensmarkedet er faldet i en længere periode, kunne newzealænderne på seneste Global Dairy Trade-auktion i uge 46 konstatere en markant vending i markedet. Auktionen handler kontrakter for det næste halve år, og her kunne man samlet konstatere en stigning for smørolie på 8,0 pct.

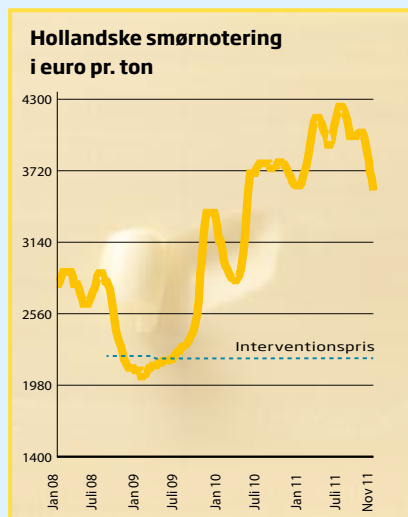
Mere EU-smør

EU landene følger også trop med mere smør. I årets første 8 måneder har man produceret 50.000 ton smør mere end året før,

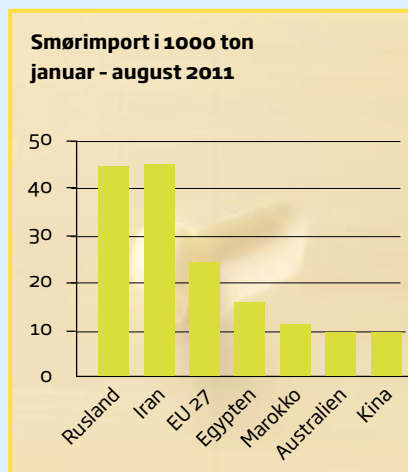
svarende til en stigning på 4,1 pct., mens sødmælkspulver er faldet, og osteproduktionen kun steget moderat (+ 2 pct.) Tyske ZMB peger i deres markedsanalyse fra 11. november på en række forklaringer på smørvæksten - hhv. højere mælkeindvejning i de store smørlande samt et højere fedtindhold i mælken kombineret med en kold og regnfuld sommer, hvor mindre fedt blev omsat i is og friske mejeriprodukter. Europæerne har selv forbrugt størstedelen af de ekstra smørmængder, da eksporten ud af EU er faldet med 20 pct. til 63.000 ton. På trods af det har man samtidig set regulær smørmangel i både Sverige og Finland, hvor smørproduktionen er faldet som følge af lavere indvejning.

Mens newzealænderne senest oplevede en vending i markedet, fortsætter de europæiske priser med at falde, så spændet mellem EU-prisen og verdensmarkedet indsnævres.

Lars Winther (lwi@lf.dk)



Selvom de europæiske smørpriser er faldet konstant siden uge 28, er niveauet fortsat markant over tidligere år.



De senere års vækst i Ruslands økonomi ses i landets smørforbrug, som i årets første ni måneder er vokset med 22 pct. ift. 2010. I Irans tilfælde hedder væksten 8 pct. Kineserne har aftaget 20 pct. mere smør, men smørolie er fortsat kinesernes foretrukne med en samlet import på 12.000 ton i første 3 kvartaler.

LURPAK holder skansen

Hovedparten af den internationale handel med smør er bulk, som enten bruges i industriproduktion eller ompakkes til detailsalg. Dette gælder dog ikke dansk smør, som stort set udelukkende sælges som detailpakket LURPAK. Den hæderkronede mærkevare sælges traditionelt til en pæn merpris i forhold til bulksmør. Det er også lykkedes i 2011.

“Vi har haft et godt år, hvor vi har formået at holde priserne og samtidig øge afsætningen. Rusland er vokset pænt, ligesom Mellemløsten har rettet sig igen” siger Jens Refslund, direktør for Andelssmør, som administrerer LURPAK for de 3 mejerier i Andelssmørsamarbejdet. I årets første ni måneder har man produceret 28.000 ton smør i Danmark, hvilket er en stigning på 10 pct. sammenlignet med året før.

“Den fornuftige udvikling er en konsekvens af vores markedsføringsindsats, hvor

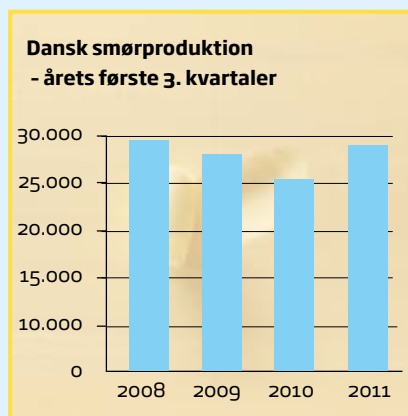
vi bl.a. har styrket aktiviteter og salgsindsats i Rusland. Valutakurserne med en stærkere



Se flere plancher om udviklingen i smørmarkedet på Medlemsforum.

dollar og til dels pund har dog også bidraget til en bedre position,” siger Jens Refslund.

Lars Winther (lwi@lf.dk)



De 4 danske mejerier, som producerer LURPAK, har øget produktionen med 10 pct. ift. 2010

***Tak for sidst i ELOPAK HYTTEN ...
Håber I hyggede jer på vores stand i Herning
Vi ønsker alle en glædelig jul
og rigtig godt nytår***



Fra landsbymejeri til fødevarekoncern

SPORSKIFTE Fra det lille midtjyske Løgismose Mejeri styres en voksende produktion af alle typer fødevarer til Netto-kæden. Pesto, supper, saft, småkager - og mejeriprodukter.

Larmen runger i de hvide flisevægge, da *Thomas Rasmussen* tænder for industrikødhakkeren. Fra en stor plastiksæk vælter han hakkede basilikumblade ned i en halvcirkelformet åbning i maskinen. Derefter olivenolie fra en spand efterfulgt af pinjekerner. Ingredienserne bliver hurtigt forvandlet til en lind, lysegrøn masse. Til sidst sprætter han adskillige poser parmesanost op og hælder det gule pulver ned i massen.

Et lille minut senere er det hele kværnet sammen til en pesto, som skal tappes på bægre og pakkes på båndet i lokalet ved siden af. En helt almindelig dag på en mindre, dansk fødevarevirksomhed. Lige bortset fra at vi befinder os på et mejeri, der indtil for nylig var mest kendt for sin fremstilling af salatost, rygeost og et par syrnede produkter: Løgismose Mejeri i landsbyen Allested syd for Odense.

På kontoret ud mod vejen sidder *Steen Aalund Olsen* og smiler. Han er glad, siger han. Tidligere var han mejerichef, nu står der direktør på hans visitkort, men det er ikke titlen, der har fået hans humør til at stige. Det er noget helt andet, noget større, men det vender vi tilbage til.

Begyndte med en økonomisk lussing

Først skal vi lige have forklaringen på, hvorfor et mejeri begynder at fremstille pesto.

Det begyndte i virkeligheden med en forretningsmæssig lussing af de lidt større. For omkring fem år siden besluttede gourmetkoncernen Løgismose A/S (Løgismose Vin, Løgismose Mejeri, Sommerbird Chokolade m.m.) at gå sammen med Tivoli om en omfattende restaurering af etableringen Nimb. Tanken var at skabe et unikt gourmetsted, et 'Løgismose-hus' med mikromejeri, delikatessbutik, restaurant og hotel.

"Men da vi i 2008 klippede snoren over til Nimb, stod den pludselig på finanskrisen i Danmark," fortæller Steen Aalund Olsen. Omsætningen svigtede, og året efter valgte Løgismose at trække sig ud af projektet.

"Men vi havde lært noget vigtigt", fortsætter han. "Før Nimb havde de enkelte virksomheder under Løgismose kørt deres eget løb, men her prøvede vi for første gang at arbejde tæt sammen på tværs af organisationen. Det var en øjenåbner. Vi opdagede, at sammen kunne vi hele paletten".

Koncept til Netto

Spørgsmålet var nu om 'hele paletten' kunne bruges til noget andet. Og oven på eventyret med det overdådige Nimb valgte Løgismose-folkene næsten symbolsk at kaste blikket på discountsektoren.

"Vi kunne se, at discountbutikkerne manglede noget, der kunne skabe kundeloyalitet. Nogle unikke produkter. Omvendt vidste vi, at Løgismoses produkter af mange forbrugere blev opfattet som 'dyre'. Der var noget spændende at arbejde med," siger Steen Aalund Olsen.

Resultatet blev et koncept med nøgleordene: Smag, holdning, håndværk. En stribe kvalitetsfødevarer under Løgismose-brandet,



Så er der pesto. Mejeriarbejder Thomas Rasmussen hælder hakkede basilikum i industrikødhakkeren på Løgismose Mejeri. Tre gange om ugen mikser man grøn og rød pesto på mejeriet i Allested, som årligt fremstiller 100 ton af denne italienske specialitet.

men til en pris, som almindelige forbrugere ikke ville rynke på næsen af. Konceptet blev solgt til Netto-kæden under navnet Løgismose Udvalgt.

"I løbet af de to år, vi har samarbejdet med Netto, har vi testet 210 nye produkter på butikshylderne. I alle kategorier. Det her projekt har virkelig sat gang i innovationen," fortæller Steen Aalund Olsen. 25 af produkterne har fået fast hyldeplads, hvilket betragtes som en ret pæn rate i en sektor, hvor mantraet lyder: Hvis et nyt produkt skal ind, ryger et andet ud.

Lønproduktion i stor stil

Aftalen med Netto har fuldstændig vendt op og ned på Løgismose Mejeri, hvorfra Steen Aalund Olsen koordinerer produktionen af de nye fødevarer. Recepterne udvikles på mejeriet i tæt samarbejde med repræsentanter fra Netto, men hovedparten af produkterne bliver fremstillet i lønproduktion hos andre fødevareproducenter. Lige fra småkager og æblemost til mysli og lang række mejeriprodukter. Således bliver over halvdelen af Løgismoses mejeriproduktion i dag fremstillet på andre mejerier (Øllingegaard, Bornholms Andelsmejeri, Skånemejerier, Nørup Mejeri, Endrup Andelsmejeri samt et fetamejeri i Thessaloniki, Grækenland).

På mejeriet i Allested er medarbejderstaben vokset fra 17 til 30 personer i de seneste år. Der er blandt andet ansat flere ledere, så Steen Aalund Olsen nu har en både en kvalitetschef og produktionschef ved sin side.

"Tidligere troede jeg, at jeg var den bedste til det hele. En lille mejerikonge," smiler han. "Det har virkelig været en øjenåbner for mig at få sparring fra folk, som er dygtigere end mig. I stedet har jeg nu fået tildelt rollen som kaptajnen, der udstikker kursen og sørger for at det hele spiller sammen," siger han.

Ud over at være mejeridirektør er Steen Aalund Olsen også direktør for Løgismose Produktion, som har ansvaret for fremstillingen af de nye fødevarer.

“Det har været en fantastisk spændende rejse. En efteruddannelse, hvor jeg har lært en masse ved at besøge andre fødevarerproducenter. Min hverdag er rent ud sagt blevet sjovere. Jeg er blevet mere glad. Det er en stor tilfredsstillelse at kunne fokusere på at skabe nye smagsoplevelser, udvikle, overraske folk og forhåbentlig begejstre dem. Det er det, jeg brænder for.”

‘Mejeriet er vores hjerte’

Ud over pesto er man også begyndt at fremstille grøntsagssupper på mejeriet i Allested. Inden længe rykker der kolde saucer ind i produktionslokalerne, hvor det nye sortiment pakkes på samme linje som mejeriets flødeost.

“Inden udgangen af 2012 udnytter vi pakkelinjens kapacitet 100 pct.,” forudser Steen Aalund, der planlægger at få en lang række andre produkter ind på mejeriet. Også nye mejeriprodukter.

“Mejerkategorien er der, vi kommer fra, og der vores hjerte er. Det er en kategori, som vil blive speedet op i den kommende tid. Både her og ude i lønproduktionen”, siger han og understreger, at der ikke bliver tale om vækst for væksten egen skyld.

“Jeg har en ambition om at forandre dansk mejeriproduktion. At give mit bidrag til, at mejeriprodukter bliver betragtet som mere værdifulde fødevarer, end det er tilfældet i dag. Og jeg synes faktisk, at vi er godt på vej.”

Peter Biisgård, pbi@lf.dk



Steen Aalund Olsens job har ændret sig markant i de senere år. Fra mejerichef til direktør med ansvar for produktudvikling og fremstilling af en lang række nye fødevarer.

“Det har været en fantastisk spændende rejse. En efteruddannelse, hvor jeg har lært en masse ved at besøge andre fødevarerproducenter. Min hverdag er rent ud sagt blevet sjovere.”

JULESTEMNING

December måned er over os med alt, hvad det indebærer af gran og knas og gaver. Traditionen tro er mange mejerier på hyldeerne med nogle produkter, der kan få julehyggen til at brede sig.

Tine står således bag to **julebrier**. En traditionel og en med peber - begge i stemningsfuld emballage.

Fra svenske Skånemejerier har vi hentet et par produkter, der begge har en duft af højtiden over sig. Selska-

bet har netop genintroduceret sin populære **‘pepparkaks-fil’** - en syrnet sag med en smag af honningkager. Produkt nummer to er en decideret nyhed i mejeriets serie af **vaniljeyoghurter**.

Denne gang tilsat æble og kanel - en smag, der leder tankerne hen på ‘mumsig’ æblekage, som det udtrykkes i pressematerialet.



Midsummerost lyder umiddelbart ikke som noget, der har med jul at gøre. Men det har det - forklaring følger. Råvaren til denne nye ost fra Thise Mejeri er fra i perioden omkring sommersolhverv, hvor græsset giver den optimale mælk til osteproduktion. Osten er en Elbo-type, som har lagret i et halvt år - klar til at blive indtaget 14 dage før og 14 dage efter vintersolhverv. Altså en rigtig juleost.

Arlas bidrag til den gode stemning er en eksklusiv gavepakke med et udvalg af specialoste under **Castello-mærket**: Herrgård (fast, gul, svensk klassiker), Creamy Blue (blåskimmel), White (hvidskimmel) og Ananas (flødeost). En fiks løsning til julens ostebord eller måske gaven til onkel Otto, der nok har fortjent noget mere smagfuldt end de sædvanlige hjemmestrikede sokker.



NYT TIL SUPPEGRYDEN

Toscansk tomatsuppe og caribisk kyllingesuppe er de to nyeste varianter i Arla Karolines Køkkens populære serie med færdiglavede supper i enliters kartoner. Tomatsuppen er tilberedt med grillet rød peber, squash og aubergine og smagt til med rosmarin, timian og fløde, mens kyllingesuppen er smagt til med rød karry, ingefær, hvidløg, ananas- og citronjuice samt fløde.

Lige til at opvarme og med et overskueligt fedtindhold. Tre pct. i tomatsuppen og fire pct. i kyllingevarianten.



THOMAS SKOV GAARDSVIG

Journalist, 25 år.

Kendt som praktikanten i ‘Det nye talkshow’.

Aktuel med ‘Verdens bedste tv-program’ på DR Mama.

Peach melba-yoghurt skuffer aldrig

Hvad er dit yndlingsmejeriprodukt?

Jeg elsker peach melba-yoghurt. Jeg er endnu ikke blevet skuffet af en peach melba-yoghurt, og det er jo det magiske ved det. En kop kaffe kan f.eks. være god eller skidt, men en skål peach melba kan kun være god. Hvis de havde været mere opfindsomme, da de skrev biblen, så havde det været peach melba og ikke brød, de gav til de fattige.

Hvad bruger du det til?

Jeg spiser det næsten hver morgen. Jeg har ikke de seneste tal, men jeg vil skyde på 60-70 pct af alle morgener. Jeg har heldigvis fundet en kæreste, som er næsten lige så glad for peach melba, og jeg tror, vi spiser i underkanten af 100 liter om året.

Er du afhængig?

Jeg tror godt, at jeg kan stoppe. Men jeg ser ikke nogen grund til at gøre det.

Danske forskere: Ost giver IKKE forhøjet kolesteroltal

BANEBRYDENDE Undersøgelse fra KU-Life konkluderer, at det mættede fedt i ost - modsat tidligere forestillinger - ikke øger indholdet af det farlige LDL-kolesterol i blodet.

"Andre undersøgelser har peget på det samme, men resultaterne i denne undersøgelse er virkelig signifikante," lyder vurderingen fra chefkonsulent Susan Rønholt Hansen, L&F.

'Ost øger risikoen for hjertekarsygdomme.'

Ovenstående udsagn har i adskillige år fremstået som en af de mere urørlige læresætninger inden for ernæringsvidenskab og officielle kostanbefalinger på grund af ostens relativt høje indhold af mættet fedt. Ræsonnementet er, at indtag af mættet fedt øger blodets indhold af det såkaldte LDL-kolesterol, som igen er årsag til hjertekarsygdomme.

Men det gælder tilsyneladende ikke for mættet fedt i ost, konkluderer et nyt forskningsprojekt fra KU-Life. I undersøgelsen har man målt kolesterolindholdet i blodet hos 49 forsøgspersoner, som i periode indtog en kost med et betydeligt højere indhold af mættet fra henholdsvis ost og smør, end de var vant til.

143 g ost om dagen

Forsøget strakte sig over sammenlagt 16 uger, hvor deltagerne skiftevis skulle indtage en kost med ekstra smør og en kost med ekstra ost. I en periode midt i forsøget skulle deltagerne indtage deres normale kost for på den måde at få 'nulstillet' kolesteroltallet.

Effekten af de forskellige kombinationer af kosten var til at få øje på.

I perioden hvor deltagerne indtog en kost med ekstra smør, kunne man måle en stigning i niveauet af LDL-kolesterol i blodprøverne. Men når der kom ekstra ost på tallerkenen, steg kolesterolniveauet til gengæld ikke. Overhovedet ikke.

Resultatet bliver ikke mindre opsigtsvækkende, når man ser på, hvor store mængder ost, der kom på tallerkenen. Flere af deltagerne indtog således 143 g ost (45+) om dagen - uden at det kunne aflæses i blodprøverne. Indtil for nylig anbefalede Fødevarestyrelsen maks. 25 g ost dagligt. Det er siden blevet strammet, så ost i dag anses som en uundværig del af den daglige kost, hvis man ellers får sin mælk.

"Resultaterne i denne undersøgelse er virkelig signifikante. Det er meget interessant," siger chefkonsulent *Susan Rønholt Hansen*, L&F. "Andre undersøgelser har peget på det samme - at ost ikke øger kolesteroltallet - og denne undersøgelse viser det meget konkret. Her er ikke tale om fortolkning af tendenser eller den slags. Blandt andet er det værd at bemærke, at de samme personer, som fik et højere kolesterolindhold i blodet, da de spiste smør, ikke oplevede det med osten. Udsvingene kan med andre ord ikke tillægges forskelligheder i personernes fysiologi etc."

Nye kostråd tager tid

Susan Rønholt Hansen understreger samtidig at undersøgelsens markante resultater ikke i første omgang vil medføre en ændring af L&Fs anbefalinger omkring indtag af ost.

"Vi lægger os som altid op ad de officielle anbefalinger. Det ville skade vores troværdighed og gennemslagskraft, hvis vi som



Chefkonsulent i L&F Susan Rønholt Hansen: "Der er efterhånden er så mange undersøgelser, der peger på nogle særlige forhold omkring ost og kolesteroltal, at det ikke kan være tilfældigt."

organisation begyndte at formulere vores egne kostråd," siger hun.

"De officielle kostråd er - heldigvis - ikke noget man ændrer, hver gang der kommer en ny undersøgelse, som peger i anden retning end den vedtagne. Men når det er sagt, så synes jeg, at der efterhånden er så mange undersøgelser, der peger på nogle særlige forhold omkring ost og kolesteroltal, at det ikke kan være tilfældigt. Det er et område, som er oplagt at se nærmere på. Ikke mindst fordi ost er en fødevarer med en meget høj koncentration af en lang række vigtige næringsstoffer," mener hun.

Ost er således en virkelig god kilde til calcium, fosfor, B₁₂, zink, niacin, protein og folinsyre og indeholder desuden vitamin A, B₂ og selen.

Susan Rønholt Hansen gør sluttelig opmærksom på, at resultaterne af den nye undersøgelse ikke giver frikort til at spise løs ved osteprobleter.

"Der er stadigvæk masser af fedt i de fleste oste. Og fedt har det altså med at fede, hvis man får for meget af det," siger hun.

Peter Biisgård, pbi@lf.dk

A

... om undersøgelsen af ost og kolesteroltal

Undersøgelsen er udført på Institut for Human Ernæring på KU-Life af PhD-studerende Julie Hjerpested og kandidatstuderende Eva Leedo under ledelse af lektor Tine Tholstrup.

T

Indhold: I forsøget deltog 49 personer, som løbende fik målt deres kolesteroltal. Med afsæt i den kost, deltagerne spiste til daglig, fik hver enkelt justeret sin kost således, at 13 pct. af energiindtaget i 'hverdagskosten' blev erstattet af energi fra smør eller ost. Der blev løbende taget blodprøver og målt kolesteroltal.

K

Forløb: Forsøget strakte sig over 16 uger. To uger: Deltagerne indtager deres normale hverdagskost. Deltagerne inddeles i to grupper.

A

Seks uger: En gruppe indtager hverdagskost med ekstra smør. En anden gruppe indtager hverdagskost med ekstra ost. To uger: Normal hverdagskost igen. For at nulstille deltagernes kolesteroltal.

E

Resultat af blodprøver:

I perioden med ekstra smør i kosten steg deltagernes kolesteroltal. I perioden med ekstra ost i kosten lå deltagernes kolesteroltal på normalt niveau.

JUBILÆER:

1. januar | 25 år

Kristian Albertsen, direktør
Arla Foods Ingredients, Videbæk

1. januar | 25 år

Annitta Dhiin, solution owner Arla Foods,
Viby J.

RUNDE FØDELSSDAGE

17. december | 70 år

H. Herlev Sørensen, forh. afdelingschef i
Mælkeudvalget, Tilst.

Mejeriforeningens generalforsamling 2012

- afholdes 19. april kl. 12-16 på:
Gl. Skovridergaard
Marienlundsvej 36
8600 Silkeborg

Mejeribrugets Dag og 1. Kredsudstilling

- afholdes onsdag
d. 8. februar 2012
på Kold College i Dalum.



Arla Foods på vej ud af SALA



Niels Juhl Andreassen:
Vi ikke kan fortsætte
med den samme organi-
sation, hvis størstedele-
nen af medlemmerne er
et andet sted

Arla Foods er øjensynligt på vej til Dansk Industri, som i fremtiden må forventes at varetage opgaverne omkring overenskomstforhandlinger for Arla Foods og eventuelt også de øvrige mejerier i Mejeribrugets Arbejdsgiverforening. Da Arla Foods er MA - og dermed også SALAs (Sammenslutningen af Landbrugets Arbejdsgiverforeninger) største medlem, er fremtiden her uvis. "På nuværende tidspunkt ved vi ikke, hvad det indebærer, men det er klart, at vi ikke kan fortsætte med den samme organisation, hvis størstedelen af medlemmerne er et andet sted" siger Niels

Juhl Andreassen, administrerende direktør for MA og SALA. Arla Foods ønsker ikke selv at kommentere udmeldelsen, og Niels Juhl Andreassen er af bestyrelsen blevet bedt om at være talsmand over for presse og andre. Han understreger, at det hele foregår i al fordragelighed.

"Arla Foods har bl.a. peget på sårbarheden i en forholdsvis lille organisation som grundelse for at afsøge mulighederne i Dansk Industri" siger Niels Juhl Andreassen. Han håber, at man inden årets udgang kan få en afklaring om fremtiden.

"Og så håber jeg da, at nogle af de særlige funktioner, som vi har opbygget omkring arbejdsmiljø, uddannelse og samarbejde under alle omstændigheder kan fortsætte i en eller anden form," siger Niels Juhl Andreassen.

Arla Foods er den sidste af de store virksomheder i landbrugs- og fødevarerbranchen, som nu viser interesse for optagelse i Dansk Industri.

Landbrugsavisen reducerer personalestab

LandbrugsMedierne, der bl.a. udgiver den egentlige Landbrugsavisen og en række fagmagasiner, har netop gen-nemført en sparerunde, der betyder farvel til tre redaktionelle stillinger, og en administrativ stilling nedlægges. Dermed fortsætter den kedelige udvikling fra sidste år, hvor man også var nødsaget til fyringer blandt de nu cirka 50 stillinger.

"Vi er hårdt ramt på annonceomsætningen, og det skyldes, at det erhverv, vi dækker, nemlig landbruget, står meget stille. Det er småt med investeringerne,"

siger Henrik Lisberg, direktør og chefredaktør i LandbrugsMedierne til Media-watch.

Samtidigt centraliseres flere redaktioner, hvilket bl.a. betyder afsked med journalist Karsten Himmelstrup, som har haft mejeridrift og mælk som sit stofområde under sine 22 års ansættelse på Landbrugsavisen.



Send bidrag til navne og noter

Vi modtager med glæde tips, ideer,
omtaler og billeder til mejeri.

Send en mail eller ring til Lars Winther
(lwi@lf.dk - 3339 4816)

Bliv opdateret på energioptimering

Mejeriteknisk Selskab sætter med 3 halvdagsarrangementer fokus på energioptimering i mejeridrift, hvor økonomiske interesser og miljømæssige krav og hensyn gennemgås. Fokus er på indsatsområder, rammer og kortlægning samt nogle af de muligheder, der findes for eksperthjælp på området. De tre seminarer afvikles d. 1. december, 26. januar og 22. marts 2012 og kan følges samlet eller enkeltvis. Tilmelding og yderligere oplysninger på Mejeriteknisk Selskabs hjemmeside.



TETRA PAK

Tetra Pak udvikler miljøtilpassede emballerings- og processystemer, som bevarer smag og næring i mad og drikke. Det giver en merværdi for producenter, detailhandel, konsumenter og ikke mindst for miljøet.

Vi sørger for at gøre levnedsmidler sikre og tilgængelige overalt. Gennem hele værdikæden fra produktion via butik til hjemmet – i stort set alle lande.

Læs mere på tetrapak.com

