

mejeri



- 2 **Navne** | 3 **Fetadom** – Absurd jura i tern | 4 **Kvæg-kitsch** – Køer overalt | **Voxpop** – Holdninger til fetadommen
 6 **Generalforsamling** – Fif til branchen | 7 **Anuga** – En messe for mælken | 8 **Ud og se** – Engelske oste i Tasmanien
 9 **Tema om Landsmejeriudstillingen** | 12 **Marked** – Støttefri eksport | 13 **Mejerifilm** – Nu er den her
 13 **Debat** – Mælkekrig i børnhaven | 14 **Statistik** – Prispres og pulvervækst | 15 **Mejerinoter**

Det sker



7. november
Offentliggørelse af
Mejeribrugets Gourmetpris
Marketeriet
København

14.-18. november
OECD workshop on agriculture and water
Adelaide, Australien



15.-17. november
Landsmejeriudstillingen
Messecenter Herning
www.landsmejeriudstillingen.dk

15.-17. november
FoodTech Scandinavia

Messecenter Herning
www.foodtech.dk

29. november-1. december
FiEurope
Paris, Frankrig
www.fi-events.com

6.-9. december
Codex Alimentarius Commission
Genève, Schweiz

7. december
Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

14. december
Markedsudvalgsmøde i Mejeriforeningen
Århus

2006

13.-22. januar
Grüne Woche
Berlin, Tyskland
www.messe-berlin.de

1. februar
Kredsudstilling

4.-7. april
Anuga FoodTec
Köln, Tyskland
www.anuga.com

11.-14. maj
Cheese World 2006
München, Tyskland
www.vdm-deutschland.de

24.-27. september
InterMopro
Düsseldorf, Tyskland
www.intermopro.de



Navne

Pheta, Meta, Kota, Dantern eller The cheese formerly known as feta. Som det fremgår af bladets forside, slog kreativiteten blandt de danske forbrugere ud i fuldt flor, da det i forgangne uge blev kundgjort, at den gode, danske feta om et par år ikke længere må kaldes feta. Det luner med en sådan folkelig opbakning til dansk mejeribrug. Beklageligvis har EF-domstolens græske dommer også udvist en ualmindelig blomstrende kreativitet i sit – isoleret set ganske vellykkede – forsøg på at bøje juraen til den græske fetas fordel. På side 3 gennemgår vi dommens præmisser, og det er ikke læsning for sarte sjæle. 'Besyderlig' og 'absurd' er et par af de underspillede betegnelser, som Mejeriforeningens feta-ekspert *Hans Bender* knytter til domstolens og EU-Kommissions behandling af sagen.

Skyr, gamalost og pultost er navne på mejeriprodukter fra vores skandinaviske broderlande. Produkter, som der bliver rig lejlighed til at stifte nærmere bekendtskab med, når den traditionsrige Landsmejeriudstilling midt i november bli-

ver omdannet til en vaskeægte transnational dyst under navnet 'Scandinavian Dairy Contest'. Godt 1.500 mejeriprodukter fra Danmark, Norge, Sverige, Island og Færøerne er for første gang nogensinde i direkte konkurrence med hinanden om de ærefulde titler som skandinavisk mester inden for konsum, smør og ost. Det er ikke nogen let opgave, de skandinaviske mejeridommere er sat på. Men uanset hvilke afgørelser, de når frem til, kan man føle sig ganske sikker på, at bedømmelserne rent fagligt er noget bedre funderet end feta-dommen i Bruxelles den 25. oktober.

Lancashire, Cheshire, Gloucester, Leicester og Cheddar er navne på klassiske britiske oste, som den danske mejerist Claus Chr. Nielsen er rejst helt til Tasmanien for at lære at lave. Med fingrene i ostekarret, som han skriver i sit rejsebrev på side 8. ■

Det er ikke nogen let opgave, de skandinaviske mejeridommere er sat på. Men uanset hvilke afgørelser, de når frem til, kan man føle sig ganske sikker på, at bedømmelserne rent fagligt er noget bedre funderet end feta-dommen i Bruxelles den 25. oktober.



mejeri udgives af

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

Redaktion

Turid Fennefoss Nielsen
(ansv.)
Peter Biisgård

Layout og produktion

Marianne Kalriis
Birgit Winther Sørensen

Tryk

Zeuner Grafisk as, Odder

Annoncesalg

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

Abonnement

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

Oplag

3.500 månedligt

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

ISSN 1604-1259

Jura på hovedet

Fetadom. Danmark og Tyskland tabte sagen om feta-navnet. EF-domstolens afgørelse virker absurd og underkender domstolens og Kommissionens tidligere beslutninger, mener Mejeriforeningens eksperter.



Foto: Scanpix Danmark

Tirsdag den 25. oktober røg hammeren i blokken: EF-domstolen afsluttede 18 års juridiske tovtækkerier om, hvorvidt feta-navnet kan beskyttes som særlig oprindelsesbetegnelse eller ej. Fra 15. oktober 2007 er feta en græsk oprindelsesbetegnelse, som kun grækerne må benytte om feta af fåre- og gedemælk fra Grækenland.

Med dommen fulgte 22 sider, hvori præmisserne for afgørelsen blev fremlagt; præmisser, som ifølge Mejeriforeningens feta-ekspert og leder af Bruxelles-kontoret, *Hans Bender*, forekommer 'besynderlige'.

"Det var en passende afslutning på en i det hele taget besynderlig sagsbehandling i Kommissionen," siger Hans Bender.

Arts- eller oprindelsesbetegnelse?

Sagen har handlet om, hvorvidt feta-osten kan betragtes som et produkt, der har sine egenskaber, fordi det bliver fremstillet i et særligt geografisk område – dele af Grækenland. Eller om feta er en artsbetegnelse – som ifølge lovgivningen ikke kan beskyttes – og som bruges bredere om en produktgruppe.

Ekstreme påstande

En af Kommissionens og grækernes grundlæggende præmisser i sagsforløbet har handlet om geografi. For at kunne opnå en geografisk beskyttelse skal produktet nemlig stamme fra en egn, som ikke må være et helt land, men et område, som adskiller sig væsentligt fra naboområderne. Og her har domstolens græske præsident, *Vassilios Skouris*, givet Kommissionen medhold i, at "afgrænsningen af området i den foreliggende sag ikke er sket på kunstig vis", og at "dette område frembyder naturlige, homogene faktorer, som adskiller det fra naboområderne," som det hedder i præmisserne 53-58.

Men den køber Hans Bender ikke. "Ethvert skolebarn kan i sin geografibog læse, at Grækenland består af fire forskellige klimatiske zoner, hvilket betyder, at faunaen

og dermed dyrenes foder også er vidt forskellig i Grækenland. Det vælger domstolen at se bort fra. Til gengæld siger man, at der ikke er tale om hele Grækenland. Det skyldes, at man groft sagt vælger at se bort fra byområder, lufthavne og klippeskær," lyder det med slet skjult ironi fra Hans Bender.

Ingen geografi

Danskerne har derimod fremført en række argumenter, der peger imod, at feta er en artsbetegnelse – de samme argumenter, som var med til at vinde sagen for os i 1999.

Danmark har argumenteret for, at feta siden 1963 har været omfattet af dansk lovgivning under navnet 'dansk feta', og at navnet desuden har været brugt i EU-/EF-lovgivning, længe før Grækenland kom med i fællesskabet. Begge disse forhold talte ifølge forordningerne om artsbetegnelser i EF/EU for, at feta kunne klassificeres som en artsbetegnelse.

Det samme gjorde det faktum, at mange europæiske lande havde solgt, markedsført og eksporteret feta i læssevis under navnet feta. Blandt andet til Grækenland, som selv har importeret komælksfeta i store mængder gennem årene.

Argumenter vendt på hovedet

Men danskernes argumenter er blevet fejlet til side af den græske retspræsident. Blandt andet vendes den danske lovgivning helt på hovedet i dommens præmis 92: Fordi danskerne har brugt dansk foran feta i lovgivningen, betyder det reelt, at feta, når det står alene, henviser til noget græsk. En slutning, som er helt i skoven, og hvor der ifølge juridisk ekspert *Claus Heggum* i Mejeriforeningen er en logisk og historisk begrundelse på, hvorfor dansk er kommet foran feta i juraen.

"I 1953 tiltrådte Danmark Stresa-konventionen, som siden har haft indflydelse på den danske lovgivning. For alle oste, hvor navnet ikke var dokumenteret udelukkende som en dansk opfindelse, satte man dansk

foran. Det gjorde man ved camembert, gouda, mozzarella og andre oste – heriblandt feta. Derfor har det heddet dansk feta i lovgivningen," forklarer Claus Heggum.

Betegnelsen feta har været brugt i fællesskabslovgivningen længe, og det anerkendes af domstolen. Men betydningen underkendes i præmis 96 med det noget særegne argument: "Denne lovgivning ... finder imidlertid anvendelse på toldområdet og har ikke til formål at regulere industriel ejendomsret."

"Det er et absurd argument," mener Hans Bender. "Betegnelsen i fællesskabslovgivningen er jo netop udtryk for, at det er en relevant betegnelse, og at den derfor er en artsbetegnelse. I Aceto-sagen om vineddike brugte man nøjagtig samme argument, men nåede frem til den modsatte konklusion: At aceto er en artsbetegnelse. Domstolen underkender reelt betydningen af mange års EU-lovgivning, fordi denne ikke lever op til den ønskede afgørelse."

Erklæring tilsidesat

Det mest overraskende i sagen er ifølge Hans Bender, at domstolen overhovedet ikke omtaler den fælles erklæring fra Kommissionen og Rådet, som blev afgivet, da hele forordningen omkring beskyttelse af oprindelsesbetegnelser blev indført i 1992. Dengang erklærede man, at ideen med at give mulighed for at beskytte geografiske oprindelsesbetegnelser netop ikke var at forhindre fortsat markedsføring af produkter, som lovligt sælges i fællesskabet pr. 30. juni 1992, og som ikke var i modstrid med traditionel skik og brug af en betegnelse.

"Denne erklæring er domstolen let og elegant hoppet hen over, så den er ikke tilagt betydning. Specielt fordi Kommissionen prøvede at holde den skjult i sagen op til dommen i 1999, hvor vi vandt. Dengang rekvirerede domstolen af egen drift denne beslutning, der er grundlæggende i hele sagen," lyder det afsluttende fra Hans Bender. ■

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk

Komode



Det er ikke kun i mejeriverdenen, at koen spiller en afgørende rolle. Koen er et populært dyr, som optræder i et utal af andre sammenhænge i vores hverdag. Fra yndet motiv hos de danske guldaldermalere til fikse flødekander i køkkenet, tøjdyr i børneværelset og som – på billedet til venstre – en velvoksen kommode. Dansk Landbrugsmuseum på Gl. Estrup har indsamlet et righoldigt udvalg af køer i alle former og størrelser (lige med undtagelse af de levende), som udstilles frem til den 30. april under overskriften 'Køer – kunst og kitch'. Og selvfølgelig er den gode, gamle Karolineko også med. Både som klippeark og i form af en af Grethe Richs' originale tegninger. Venligst udlånt af Mejeriforeningen.

Hvad betyder **fetadommen**?

Voxpop. Seks europæiske synsvinkler på konsekvenserne af EF-domstolens dom i fetasagen.



Kim Mouritsen, salgsdirektør Nordex Food, Danmark:
"Det kommer til at koste penge og besvær at slå en ny betegnelse for feta fast i forbrugernes bevidsthed. Vi bruger varemærket til markedsføring i stedet for feta-betegnelsen, fx Akadia i Danmark og Domyati i Mellemøsten. Det gode ved det er, at hvis det lykkes at få produktnavnene slået fast, vil det altid være vores produkter, forbrugerne kigger efter i stedet for feta fra hvem som helst, som det nok er tilfældet i dag."



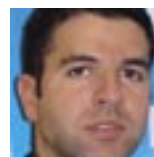
Ulrik Venning Hansen, market support manager, Arla Foods, Danmark:
"Vi har gennem længere tid forsøgt at introducere Apetina i stedet for feta i vores markedsføring. Så 'Apetina feta' er fornavn og efternavn, og vi kan gå over til kun at bruge fornavnet. Apetina bliver et stærkere og stærkere brand, men private label-produkterne får vanskeligheder."



Dimitar Gerdjikov, sales manager, Lacrima, Bulgarien:
"Jeg har aldrig troet, at Grækenland kunne tabe sagen. Men jeg er egentlig ligeglad med sagens udfald. Vi har et rigtig godt marked i at producere ost – som vi ikke må kalde feta – og sælge den til Grækenland, hvor de så sælger den videre som feta. Ja, det er måske en lille smule ulovligt, men det er en god forretning."



Anthimos Anthimou, sales manager, Alambra, Cypern:
"Feta-beskyttelsen baner vejen for beskyttelsen af andre produkter som vores cypriske Halloumi-ost. Den er et af vores vigtigste produkter, som vi især eksporterer til Tyrkiet. Men tyrkerne producerer den også selv. Det var os, der opfandt halloumi-osten, og navnet er græsk, så vi mener ikke, at tyrkerne skal have lov at lave den."



Karkoulis Charalambos, commercial manager, Chelmos, Grækenland:
"Det er kun retfærdigt, at Grækenland vinder. Danmark må for min skyld gerne lave feta, men det skal laves af fåre- og gedemælk i det rette blandingsforhold, 80/20. Det er unfair konkurrence, at Danmark laver osten af komælk, fordi det er billigere. Det siger jeg selvfølgelig også, fordi jeg ved, at I ikke har nok fåre- og gedemælk i Danmark. Naturligvis skal græske mejerier også overholde reglerne for indholdet i osten."



Karl-Georg Gessler, direktør, Bergpracht Milchwerk, Tyskland:
"Det er et hårdt slag, at vi taber. Det er helt urimeligt, at sagen har en græsk dommer; sådan noget burde ikke kunne finde sted. Det bliver et problem for Kommissionen, når de beskytter fetaen, for så vil alle ønske at beskytte deres produkter."

Membran teknologi

Toptrimmet produktionskapacitet
på membran-anlægget

Rengøringskvaliteten
er afgørende for, om
produktionskapaciteten
er i top

Tid, vand, energi og kemi er de vigtige faktorer i rengøringsprocessen, som i den korrekte sammensætning giver membran-anlægget optimale arbejdsvilkår, - og dermed den bedste produktionsøkonomi. På alle typer membran-anlæg kan vi tilpasse og indkøre rengøringsløsninger i processen, så totalomkostningerne optimeres, uden at det går ud over kvaliteten. Hertil har vi udviklet specifikke produktvarianter inden for rengøringsmidler til membran-anlæg, - og med nøje fokus på miljøet og økonomien stiller vi vores know-how til rådighed og sikrer, at anlægget præsterer det optimale, - uanset anlæggets størrelse og opgave.

**Vi har nøglen til dine hygiejneløsninger,
- og vi har noget at ha' den i!**

Besøg os på FoodTech 2005, stand M-9910.



**Lad os gennemgå Deres
membran-anlæg, herunder
kemivalg og processer. Der er
mulighed for gevinst på såvel
kvalitet som på kapacitet og
økonomi.**

NOVADAN®

Platinvej 21 · DK-6000 Kolding
Telefon +45 76 34 84 00 · Fax +45 75 50 43 70
e-mail: post@novadan.dk · www.novadan.dk

Mælk er sundt – og hvad så?

At mælk er sundt er en selvfølge for de fleste. Derfor må man tænke nyt og frem for alt indgå samarbejder med myndighederne, hvis der skal afsættes mere mælk. Sådan lød et af de gode råd på Mejeriforeningens generalforsamling. Foto: Rasmus Baaner

Nytænkning. Hvis afsætningen af mælk skal øges, må der bringes andet end sundhed i spil.

“Jeg tror, I spilder jeres tid ved at gå rundt og sige, at mælk er sundt. Det ved folk godt. Tænk nyt, og indgå for alt i verden partnerskaber.”

Sådan lød den kontante melding fra *Morten Strunge Meyer*, projektchef hos *Kræftens Bekæmpelse* og bagmand til kampagnen ‘6 om dagen’.

Det allervigtigste er, at fagfolkene kan blive enige. Først når man har konsensus, kan man påbegynde kampagnearbejdet,” sagde Morten Strunge Meyer, der fremviste hvordan ‘6 om dagen’ har været med til at øge danskernes forbrug af frugt og grønt betydeligt.

“Vi var bevidste om, at vi ikke i alt for høj grad slog på, at frugt og grønt er sundt. Det mente vi, at forbrugerne godt vidste. Derimod skærpede vi budskaberne, inddrog humor som redskab og ikke mindst øgede tilgængeligheden af frugt og grønt betydeligt.”

Væk med ansvaret

Tilgængeligheden blev blandt andet sikret ved at udbrede omfanget af firmafrugtordninger.

“Når først varerne er lettere at få fat i, fx i en arbejdsituation, så øger man helt sikkert forbruget. Det er vores erfaring, og jeg tror også, at det gælder for drikkevarer såsom mælk,” sagde Morten Strunge Meyer.

En anden vigtig erfaring, som projektchefen fremhævede, er samarbejdet

med myndigheder som en måde at sikre lodigheden på.

“Hvis man først kan få myndighederne til at sige det, man gerne selv ville have sagt, virker det jo langt bedre. At indgå samarbejder og turde lægge en del af ansvaret for budskaberne fra sig er et væsentlig skridt for en branche.”

Vi ved for lidt om mælk

Sundhedschef i Hjerteforeningen, dr.med. *Lars Ovesen* og antropolog *Gertrud Øllgård* fra analyseinstituttet *Explora* deltog også i paneldiskussionen.

“Viden om mælk er alt for fragmentarisk,” sagde Lars Ovesen og uddybede:

“Der er efterhånden lavet rigtig mange og gode forskningsarbejder om mælkenes sundhedsfremmende virkning, men vi mangler den store sammenlignelige analyse. Den bør sættes i verden nu.”

Antropolog Gertrud Øllgård henvendte sig næsten direkte til produktudviklerne i branchen, idet hun sagde: “Man skal bide mærke i, at vi lever i et samfund, der er præget af flere tidsoplevelser samtidigt. Vi kan på samme tid være nostalgiske og måske hige efter det lokale, eksempelvis i form af økologisk mælk, og så også have tro på fremtiden og fremskridtet og derved have lyst til fødevarer, der er berigede eller måske det modsatte fratrukne. Det skal man huske på, når man prøver at nå forbrugerne,” sagde Gertrud Øllgård. ■

Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk

Væk med eksportstøtte og mælkekvoter

Klar tale. Dansk mejeribrug er positivt indstillet over for en afskaffelse af EU's eksportstøtte. Men det kræver, at EU samtidig fjerner mælkekvoterne, understregede Mejeriforeningens formand, *Kaj Ole Pedersen* på Mejeriforeningens generalforsamling i Århus.

Godt 150 repræsentanter – primært fra den danske mejeriverden – var mødt op på Mejeriforeningens årlige generalforsamling, onsdag den 26. oktober. Og de fremmødte fik et klart budskab:

“Dansk mejeribrug er på ret kurs, når det gælder tilpasning til en fremtid uden eksportstøtte.

Vi har allerede reduceret vores afhængighed af restitutionerne drastisk.

Dermed ikke være sagt, at en afvikling er problemløs, men opfyldes

vore krav til et rimeligt forløb, er dansk mejeribrug ikke modstander af en afvikling af eksportstøtten,” lød meldingen fra *Kaj Ole Pedersen*.

“Dansk mejeribrug er ikke modstander af en afvikling af eksportstøtten”

Kaj Ole Pedersen, formand for Mejeriforeningen.

Farvel til kvoter

Mejeriforeningens formand lagde ikke skjul på, at en positiv tilgang til en afvikling af eksportstøtten hænger nøje sammen med et samtidigt farvel til de snærende kvotebånd, mælkeproducenterne er bundet af. Kort sagt: Mælkekvoterne skal væk.

“Vi har meldt klart ud fra dansk side, at kvoterne skal være væk senest i 2014/15, når den gældende aftale udløber. Vi kan ikke på den ene side konkurrere på markedsvilkår på prisen og på den anden side være bundet af mængdebegrænsende kvoter,” sagde *Kaj Ole Pedersen*. ■

Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk

Anuga viser mælkens strømninger

Fødevarermesse. Når mejerier fra hele verden skal vise sig frem på verdens største fødevarermesse, er hovedindtrykket – ud over mangfoldighed – at mælk ikke længere bare er mælk.



Fødevarer fra hele verden byder sig til på det 286.000 m² messeareal, som Anuga i Köln breder sig over. I mejerihallen, som indeholder stande fra 319 forskellige mejerier, er smagsprøverne især oste fra nær og fjern. Men i præsentationerne af alle de klassiske mejeriprodukter blander sig nogle nye tendenser.

“Det, som springer i øjnene, er sojadrinke, laktosefri produkter og mejeriprodukter, som er kolesterolsænkende eller har andre funktioner. Mælk er ikke længere bare mælk – det er ikke kun fedtprocenterne, som folk er interesseret i,” siger market support manager *Ulrik Venning Hansen* fra Arla Foods, der er medansvarlig for Arlas stand på Anuga-messen.

“Det er alt sammen noget, som vi hos Arla Foods må forholde os til. Vi bliver fx nødt til at stille laktosefri produkter til

rådighed for forbrugerne, uanset om de er laktoseintolerante eller bare tror, at de er det,” påpeger han.

Alle Arlas produkter samlet

Arla Foods' stand på messen er ganske enkelt imponerende. Den virker åben og imødekommende med et lyst, skandinavisk udtryk. Det er første gang nogensinde, at Arla viser sit fulde produktsortiment på et sted. Produkterne findes desuden i andre størrelser og pakninger, men på Anuga er alle relevante produktkategorier repræsenteret.

“Efter at Campina-fusionen bristede, er det blevet endnu mere vigtigt at vise Arla Foods som en full-dairy-range-supplier. Ellers har vi normalt vist enkelte, nye oste-produkter, men her vil vi gerne vise alt, hvad vi har at byde på, som når hele vejen rundt om mejerimarkedet,” forklarer projektleder *Søren Bang Rasmussen* fra Arla Foods.

Mejeriprodukter til de intolerante

Noget af det nye, der er dukket op siden forrige Anuga-messe i 2003, er laktosefri mejeriprodukter.

En af udbyderne er tyske OMIRA, som har en hel stand med laktosefri produkter under navnet MinusL. Der er både mælk, smør, ost, yoghurt, is m.m. Laktosen er spaltet i galaktose og glukose, så de laktoseintolerante ikke får problemer med selv at nedbryde laktosen. Produkterne smager som almindelige mejeriprodukter, om end

drikkemælken er lidt sødere, fordi man kan smage glukosen, forklarer manager *Paul Van Gils* fra van Gils Creaties, der producerer is i samarbejde med OMIRA.

Processen med at spalte laktosen er efter sigende ganske enkel, men produkterne er dyrere, så der skulle ikke være fare for, at almindelige forbrugere hellere vil have laktosefri produkter.

Funktionelt uden fedt

Trenden i retning af mindre og mindre fedt er øjensynligt kommet for at blive. Britiske Fayrefield Foods præsenterer på Anuga osten 'heartfelt' under sloganet '100% taste, 5% fat'. En 'naturlig' ost, som efter forlydende skulle have fuld smag og en tekstur, der egner sig til både at blive revet og skåret i skiver eller tern.

“Til januar introducerer vi 'heartfelt plus', som reducerer kolesteroltallet. Vi har tilsat en ny ingrediens, reducol, der er blevet godkendt som novel food i EU. En ny proces gør det muligt at tilsætte ingrediensen til osten – normalt vil størstedelen af tilsatte ingredienser jo forsvinde med vallen,” forklarer *Dan Harper* fra Fayrefield Foods. ■

Karen Grønkjær Kjeldsen, kgk@mejeri.dk



'Lowfat' er stadig et af nøgleordene i mejeriernes innovationsarbejde. Fayrefield Foods præsenterede en 5% ost.

FAKTA OM ANUGA

- Anuga er verdens største fødevarermesse.
- Cirka 6.300 udstillere fra 108 forskellige lande.
- 161.000 besøgende fra 160 forskellige lande.
- 286.000 m² udstillingsareal.
- 10 specialmesser, bl.a. Meat, Drink, Dairy og Frozen Foods.
- På Anuga Dairy deltager 319 udstillere fra 39 lande.
- Fra Danmark: Arla Foods, Uhrenholt, Nordex Food og Emborg Foods.
- Anuga afholdes hvert andet år i oktober i Köln.
- I år fra den 8. til den 12. oktober.

Ikke tasmanske djævle – men oste

Hjemmefra. Den danske mejerist Claus Chr. Nielsen har taget turen til Tasmanien for at lære noget helt nyt om oste. Her er hans rejsedagbog.

Mandag den 12. september 2005 tog jeg væk hjemmefra. Min endelige destination var osteriet Ashgrove Cheese, hvor jeg skal arbejde med oste i 12 måneder. Første gang jeg opdagede, at jeg virkelig var i Australien, var på vej væk fra lufthavnen, da jeg så en kænguru komme hoppende. Det er mærkeligt at se et dyr hoppe.

Ashgrove Cheese er ejet og drevet af landmandsbrødrene Michael og John Bennett. De besluttede sig for at bygge deres eget mejeri, da mælkepriserne i Australien var helt i bund. Omkring en krone pr. liter mælk kunne de få dengang. Michaels datter Jane blev overtalt til at tage en mejeriuddannelse i England, og så var familien ellers klar til at gå i gang med osteproduktion i 1993.

Engelske oste

Jeg bor hos Michael og hans kone Maureen. Vi arbejder tre mand i osteriet, og fra november og sommeren over bliver vi fire. Ud over det arbejder der syv pakkepiger, og så tager Michael og Jane Bennett sig af det administrative arbejde og hjælper til i forretningen, når der er tryk på.

Vi laver ost af ca. 30 pct. af den producerede mælk. Mejeriet er udstyret med tre åbne kar med en kapacitet på 6.000, 4.000 og 1.400 liter. Det mindste kar er uden rørværk og bruges til produktion af fetaen.

Der produceres mange forskellige ostesorter i mejeriet med en specialisering i engelsk landstillede oste såsom Lancashire, Cheshire, Gloucester, Leicester og så Cheddar.

Ostene, vi producerer for tiden, bliver presset til blokke af ca. 20 kg stykket. Det sker natten over ved 6 bars tryk, og herefter bliver ostene vakuumpakket og pakket i kartonæsker, hvori de opbevares under køling i fire til fem dage. Efter kølelagringen modnes ostene ved en lagertemperatur omkring 12-13°C. Det er en ret høj temperatur, normalt er det nok 6-8°C, men denne høje temperatur anvendes for at give en dybere modning med mere smag og nuance. Der er dog den risiko ved at lave en ost med mere smag, at hvis der er en smagsfejl i et batch, bliver fejlen også fremhævet og kan gøre en ost usælgelig.

Mejeriet fremstiller også club-ost; hvori hele oste og rester fra opskæring bliver brugt. Osten kommer i en mikser, og der bliver tilsat flavour, såsom chili og wasabi samt sorbinsyre, der skal stoppe modningsbakterier.

Endelig arbejdes der med nye kulturer til produktion af Vintage Cheddar, som skal hjælpe med til at fremme modningen og derved reducere lagringstiden. Første mål er at kunne opnå samme smag som en 24-

måneders ost efter 18 måneder og derved spare penge i lagringstid.

Et rigtig håndværk

Det er meget anderledes at være på Ashgrove Cheese end på et dansk mejeri. For det første er det jo nogle helt andre ostetyper, som jeg lærer at lave her. Og så er håndværket virkelig i højsædet. Åbne kar og fingrene i osten. Desuden oplever jeg en stor fleksibilitet hernede. Pakkedamerne springer fx gerne til i osteriet, hvis der er behov for det. Vi hjælper hinanden.

Foruden osteriet har vi også en butik i lokalerne. Her er åbent syv dage om ugen, og fra butikken er der mulighed for at kigge ind i osteproduktionslokalet og ostelageret. Butikken er også udstyret med et lokale, hvor der hele tiden bliver afspillet en video, der viser, hvad der sker under de forskellige processer.

Økse som en aboriginal

Jeg lærer utrolig meget hernede. Og så har jeg allerede efter en måneds tid haft mange spændende oplevelser uden for mejeriet. Jeg har svømmet med vilde delfiner. Det var helt fantastisk. Og så har jeg mødt en aboriginal, en af de australske indfødte, der fortalte mig om deres levevis og viste mig, hvordan man kan lave sin egen økse. Det gjorde jeg, så jeg nu har en rigtig aboriginal-økse.

Det er helt sikkert, at dette ophold vil præge mig resten af livet. Og jeg kunne meget vel forestille mig at drage nytte af det, jeg lærer hernede. Måske vil jeg starte op selv i Danmark med en produktion af de engelske oste. Mon ikke danskerne gerne vil smage sådan nogle?

For yderligere info tjek hjemmesiden ashgrovecheese.com.au ■



Claus Chr. Nielsen har lært helt nye ostetyper at kende på Ashgrove Cheese.

UD OG SE

- Danish Dairy Training Programme sender hvert år danske mejerister på arbejdsophold i udlandet.
- For tiden er fire mejerister i udlandet; to på Tasmanien, en i New Zealand og en i USA.
- Tanken bag programmet er, at danske mejerister kan drage ud i verden og lære et mangfoldigt mejeribrug at kende. Dansk mejeribrug vil derefter kunne drage nytte af disse unge ildsjæle, der har en anderledes indgang til faget.
- Deltagerne modtager kost, logi og minimum praktikantløn i opholdslandet. Egenbetalingen udgør 4.000 kroner for et ophold af mellem 6 og 12 måneders varighed.
- Programmet varetages af Mejeriforeningen og yderligere oplysninger om programmet, ansøgningsfrister og lignende kan læses på www.mejeri.dk/uddannelser. Kontaktpersoner er Anette Salling, tel. 8731 2030 og Sven Ålborg, tel. 8731 2036.

Tema om Landsmejeriudstillingen



Udstillingen sætter rekord

Talglæde. Formanden for Landsmejeriudstillingen, Henning Clausen, glæder sig over et yderst imponerende fremmøde af de nordiske lande. Der er udsigt til den største Landsmejeriudstilling nogensinde.

Det bliver et mangfoldigt nordisk mejeri-brug, gæsterne kan møde på dette års Landsmejeriudstilling. Hele 1.544 produkter er tilmeldt i skrivende stund, og alle de nordiske lande stiller med flere produkter end sidst.

“Jeg glæder mig rigtig meget over de flotte tilmeldinger fra Norge, Sverige og Island,” fortæller *Henning Clausen*, der er formand for Landsmejeriudstillingen.

“At Danmark for tiden har tilmeldt 30 færre produkter end sidst, tror jeg ikke, man skal lægge så meget i. Det skal nok udligne sig, når vi først står i Herning,” siger Henning Clausen.

Fælles nordisk begivenhed

Alsidigheden kommer tydeligt frem, når man kigger på de enkelte landes tilmeldinger:

Norge stiller for første gang med smør og har desuden 95 konsummælksprodukter med mod 60 sidste gang.

Sverige har mere smør med end tidligere, hvilket ifølge Henning Clausen nok hænger sammen med Arlas udvidelse af Götene Mejeri. 20 flere oste end sidst stiller Sverige ligeledes med.

“Jeg er meget tilfreds med de svenske tilmeldinger. Det er udtryk for, at man i

Sverige er ved at føle, at det også er deres begivenhed. Og det er der, vi gerne vil hen. At Landsmejeriudstillingen er et arrangement, som godt nok foregår i Danmark, men som er for hele Norden,” siger Henning Clausen.

Island imponerer også formanden. Trods en befolkning på blot 296.000 stiller Island med hele 250 mejeriprodukter. *Færøernes* eneste mejeri, Meginfelag Búnaðarmanna, kommer til Herning med 17 mejeriprodukter.

Lidt af det hele

Med alle disse oste og andre mejeriprodukter, hvad mon formanden så glæder sig mest til at smage?

“Jeg skal have lidt af det hele,” lyder den glade melding fra Henning Clausen, der dog gerne præciserer:

“Det er selvsagt rigtig interessant med udenlandske produkter. Det har man jo ikke så tit mulighed for at opleve. Norge skiller sig lidt ud rent sortimentsmæssigt. De laver jo nogle virkelig specielle oste, som fx Norsk gammel ost.”

Hvad så med Danmark i den direkte konkurrence, kan vi klare os?

“Vi får kamp til stregen, men jeg tror, vi klarer os pænt. De nordiske mejerifolk



“Jeg oplever, at de nordiske lande har taget udstillingen til sig. Landsmejeriudstillingen er blevet et arrangement, som godt nok foregår i Danmark, men som er for hele Norden,” siger Henning Clausen, formand for Landsmejeriudstillingen.

er alle meget dygtige, og det er jo blandt andet på grund af konkurrencemomentet. Jeg er måske lidt naiv, men jeg tror på, at Landsmejeriudstillingen bidrager til et stadt kvalitetsløft af nordisk mejeribrug.” ■

Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk



For første gang nogensinde får den norske myseost lejlighed til at konkurrere direkte mod andre nordiske mejeriprodukter.

De nordiske lande i direkte dyst

Den måske vigtigste nyskabelse på dette års Landsmejeriudstilling er, at de danske mejeriprodukter nu skal tage kampen direkte op mod produkter fra de fleste andre nordiske lande. De nordiske lande har tidligere været repræsenteret på udstillingen, men produkterne har altid været grupperet i lande, hvorved man ikke fik en direkte sammenligning. I år får vi således svaret på, hvem der egentlig er nordisk mester i ost, konsum og smør. Denne dyst afvikles i konkurrencen ‘Scandinavian Dairy Contest’.

Tag på ø-hop i Herning

Samtaleøer. Årets Landsmejeriudstilling byder på forbedret mulighed for dialog med fagfolkene bag udstillingen.

Synet af oste og andet mejerigodt på borde i endeløse rækker er en saga blot. Fra i år vil produkterne kunne tages i syne og smages på fra mindre øer, hvor især mulighederne for dialog mellem gæster og ostekyndige vil være forbedret.

“Med øerne har vi en mere intim konstellation end tidligere år. Bag bordene vil stå en fra kittelfolket eller en fra Mejeriforeningen eller ligefrem en ekspert eller dommer fra producenten,” fortæller *Sven Ålborg*, sekretær for Landsmejeriudstillingen.

At dommerne er til stede bag bordene

er også noget nyt. Således vil forbrugere og andre publikummer have mulighed for en dialog med en fagkyndig person, der har været med til bestemme, hvem der skal rende med priserne i år.

“Det nordiske islæt vil også komme til udtryk på bordene,” siger *Sven Ålborg*. “Fx vil der være et bord med en svensk skimmelost ved siden af en norsk og en dansk skimmelost. Så vil gæsterne kunne foretage en direkte sammenligning og se, om de er enige i dommernes betragtning.” ■

Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk

Få fingrene i ostemassen

Når det nu er mejeribruget, det handler om, hvad er så mere naturligt end at stille et mejeri op i Herning? Et helt mejeri bliver det ikke til på Landsmejeriudstillingen, men Dalum UddannelsesCenter medbringer dele af institutionens træningsmejeri.

“Vi prøver i år at stable en smør- og osteproduktion på benene. Vi skiller ostekar ad her på træningsmejeriet i Dalum, og sammen med smørkærne og ostepresser bliver det hele transporteret til Herning med en vognmand,” fortæller *Mette Kern*, afdelingsleder for træningsmejeriet.

“I Herning håber vi så på at kunne samle det hele igen og starte en produktion op, som en lærer og to studerende med løbende vagtskifte vil stå for. Vi har snydt lidt og forarbejdet mælken hjemmefra, så vi kan gå direkte i gang,” siger *Mette Kern*.

Da det er helt umuligt at overholde de skrappe hygiejneregler med et mejeri i Herning Messecenter, vil alle produkter blive destrueret øjeblikkeligt.

“For os går det mest ud på, at folk kan få fingrene ned i osten og smørret. Det er jo ikke noget, forbrugere har mulighed for til daglig,” lyder det fra *Mette Kern*, der regner med, at en halv til en hel dag kommer til at gå med at skille mejerikomponenterne ad – og den samme mængde tid til at samle det hele igen.



Slut med de endeløse rækker af osteborde. Nu samles produkterne på øer, så dialogen med fagfolkene lettes.

Kun det største er godt nok

Hal M i Herning Messecenter er den største af alle hallerne i Herning, og det er her, at Landsmejeriudstillingen finder sted i år. Med sine 14.000 m² fordelt i et 150 m langt og 75 m bredt rum er hal M, som blev bygget i 2003, særlig velegnet til store udstillingsmesser. At det er i hal M det hele foregår i år, skyldes dels, at Landsmejeriudstillingen er større end nogensinde, og dels at Foodtech løber af stablen i de samme dage. Foodtech er Skandinavien's største messe for fødevarer-teknologi, i år med deltagelse af 350 udstillere.

Danmark

Selvom Landsmejeriudstillingen begynder at ligne en nordisk begivenhed, er det stadigvæk Danmark, der stiller med langt de fleste produkter. I skrivende stund har 60 mejerier meldt sin ankomst med sammenlagt 976 produkter. Og det tal kan sagtens blive større i Herning.

“Jeg er virkelig imponeret over den fantastiske opbakning, vi får fra det danske mejeribrug. Store som små spillere har

meldt deres ankomst, og vi kan dermed præsentere en bredde, som er virkelig flot – især når man tager i betragtning, at dansk mejeribrug jo svinder noget ind i disse år,” siger *Sven Ålborg*, sekretær for Landsmejeriudstillingen.

“Desuden glæder det mig at se, hvordan brancheleverandører og maskinudstillere har vist interesse for udstillingen og gerne kommer og fremviser deres

produkter. Og så har det igen i år været en fornøjelse at mærke, hvor let det har været at finde et korps af frivillige hjælpere. Uden dem, ingen landsmejeriudstilling.”

Fakta om Danmarks bidrag

- Fra Danmark kommer 60 mejerier, som præsenterer i alt 976 mejeriprodukter.
- De danske produkter fordeler sig på 697 oste, 224 konsummælksprodukter, 40 smørprodukter og 11 mælkepulverprodukter.



Island

I betragtning af at landet kun har små 300.000 indbyggere, stiller Island med et bemærkelsesværdigt stort antal mejeriprodukter til den nordiske konkurrence på Landsmejeriudstillingen.

Landets otte mejerier er stort set leveringsdygtige i alle typer ud fra den simple filosofi, at et stort udbud af islandske mejeriprodukter er den bedste måde at forhindre udenlandske produkter i at få fast plads i køledisken.

Men hvad producerer de så på den nordatlantiske ø?

Inden for ost er det ikke mindst en række nationale varianter af typer som Edam, Gouda og Svenbo. Primært skorpefri. Blandt de mere specielle produkter kan nævnes 'skyr'. En fedtfattig syrnede specialitet, hvis oprindelse daterer sig helt tilbage til vikingetiden. Men også inden for produktudvikling af mere moderne syrnede produkter er islandsk mejeribrug ganske godt med.

"I og med at vi næsten har det islandske marked for os selv, har vi ikke den samme mulighed som andre for at følge med i, hvad der sker på mejerifronten. Den mulighed giver Landmejeriudstillingen os. Det er en chance for sammenligne os med andre. Se, hvor vi står. Hvorvidt vi vinder, tør slet ikke spå om. Men vores

chancer er nok størst inden for konsumprodukter – her er vi lidt foran," siger Geir Jónsson.

Fakta om Islands bidrag

- Fra Island bidrager de otte mejerier med i alt 250 mejeriprodukter.
- Produkterne fordeler sig på 88 oste, 153 konsummælksprodukter og 9 smørprodukter.

Færøerne

"Vi er afskåret herude i Atlanten, så vi har jo ikke nogen at bedømme vores produkter op imod i hverdagen. Det kan vi få i Herning," lyder den præcise forklaring fra Øyvind Hentze på spørgsmålet om, hvorfor Færøerne drager til Landsmejeriudstillingen i Danmark.

Øyvind Hentze, der er mejeribestyrer på Færøernes eneste mejeri Meginfelag Búnaðarmanna (MBM), ser meget frem til den direkte konkurrence.

"Vi er jo kommet som gæster i mange år, og vores produkter har altid været holdt op imod de danske. Nu kan vi så se, hvordan vi kan klare os i en nordisk konkurrence. Det bliver meget spændende at se resultatet," siger Øyvind Hentze, der ikke tør spå om Færøernes endelige placering:

"Nu må vi se, hvad dommerne vurderer er vigtigst. Normalt er vi placeret i midterfeltet, men det kunne da være sjovt at nå højere op i år," siger Øyvind Hentze.



Fakta om Færøernes bidrag

- Meginfelag Búnaðarmanna stiller med 15 mejeriprodukter.
- Alle produkter er konsummælksprodukter såsom ymer, yoghurt og creme fraiche.
- Der kan læses mere om det færøske mejeri på www.mbm.fo.

Sverige

"Vi stiller især med de traditionelle svenske oste, som Herrgård, Grevé, Präst, Svecia og Hushåll-osten. Det er oste, som er blevet produceret i Sverige i mange år, og som tilsammen udgør mere end 35 pct. af svenskernes osteforbrug," fortæller Per-Olof Weréen, direktør i Ostfrämjandet, en sammenslutning af de svenske osteproducenter, hvoraf rigtig mange er repræsenteret på Landsmejeriudstillingen.

"Vi glæder os til at vise de svenske produkter frem, men vi er nu lige så meget i Danmark for at udbygge vores kontaktnetværk," siger Per-Olof Weréen, der karakteriserer den svenske osteindustri som værende 'i bedring'.

"Især efter indtrædelsen i EU i 1995 oplevede Sverige en massiv stigning i osteimporten, og de svenske oste tabte markedsandele. Svenskerne fik øjnene op for de udenlandske oste, og det kunne virkelig mærkes. Nu går det bedre. Importen stiger stadig svagt, men de svenske oste har genvundet noget af markedet," lyder det fra Per-Olof Weréen.

Fakta om Sveriges bidrag

- Fra Sverige kommer 17 mejerier med i alt 135 mejeriprodukter.
- Produkterne fordeler sig på 79 oste, 33 konsummælksprodukter og 23 smørprodukter.
- Der kan læses mere om svenske oste på www.ostframjandet.se



Grevé er sødlig med et strejf af nød. Produceret med Jarlsberg som forbillede.



Hushållsosten er frisk og syrlig med en anelse salt.



Prästost har en intens smag med antydning af cremefraiche og karamel

Norge

Brunost, gamalost, pultost – plus Norwegia og Jarlsberg. Norsk mejeribrug står stærkt både når det gælder nationale specialiteter og ditto brands.

Men hvor stærkt de norske mejeriprodukter kommer til at stå i den kommende dyst med Danmark, Sverige, Island og Færøerne, tør Rolf Hekestad fra den norske delegation ikke spå om. Men det er heller ikke så vigtigt, mener han.

"For os handler deltageren først og fremmest om at få nye indtryk. Det er meget inspirerende for vores ostemestre at få vurderet deres produkter, se de andre produkter og diskutere med mejerister fra de andre landet."

"Konkurrencen tilfører udstillingen lidt ekstra spænding. Men det er også vigtigt, at man ikke tager det for mere, end det er. Det bliver ikke let at kåre en vinder blandt de meget forskellige nordiske produkter," siger han.

"Vi har tidligere haft landsmejeriudstillinger i Norge. Men det er efterhånden nogle år siden, og i dag må vi konstatere at udstillingen i Herning dækker vores behov. Vi har været med før og forventer også at komme fremover. Det er en vældig god udstilling."

Fakta om Norges bidrag

- Norge viser Tine-mejeriernes bredde, idet hele 34 Tine-mejerier kommer til Danmark med i alt 168 mejeriprodukter.
- Produkterne fordeler sig på 62 oste, 95 konsummælksprodukter og 11 smørprodukter.

Markedsorientering

Eksport uden støtte

Handel. Kun halvdelen af EU-landenes eksport af ost ud af EU fik eksportstøtte sidste år.

EU's eksport af ost er stigende på trods af begrænsningerne i eksportstøtten. I 2004 eksporterede EU-25 således 607.643 ton ost til tredjelande, men kun halvdelen foregik med eksportstøtte (305.000 ton).

Gatt-aftalen betyder, at EU højst må give eksportstøtte til en årlig mængderamme på 321.000 ton ost. I de senere år har udnyttelsen ligget på 90-100 pct. I takt med den stigende eksport er andelen af eksporten med eksportstøtte faldende.

Flere lande om støtten

I 2004 blev de 10 central- og østeuropæiske lande medlemmer af EU, og dermed

blev de også omfattet af EU's markedsordning for mælk- og mejeriprodukter. Det betyder også, at der er flere til at dele kagen for så vidt angår eksportrestitutterne, idet mængderammen indtil videre ikke er blevet forhøjet.

Danmark blandt de største

Danmark er sammen med Tyskland, Holland og Frankrig blandt de største eksportører af ost til tredjelande. Det anslås, at den danske osteeksport med eksportstøtte udgjorde 11 pct. af den samlede støttede osteeksport i EU i 2004.

Eksportstøtten er fortsat et vigtigt bidrag til dansk mejeribrugs indtjening, men afhængigheden er faldende. Midt i 80'erne opnåede danske mejerier ca. 3 mia. kr. årligt i eksportstøtte – det svarer til over 60 øre pr.

kg mælk produceret i Danmark. Gennemførelsen af Gatt-aftalen sidst i 90'erne resulterede i begrænsninger i eksportstøtten, hvilket betød, at Danmark skulle tilpasse sig de nye markedsbetingelser.

Ost i stedet for smør

Tilpasningen er bl.a. sket i form af en øget osteproduktion på bekostning af smørproduktion, kombineret med øget fokus på det europæiske marked. I 2005 forventes mejerierne at hjemtage omkring 600 mio. kr. i eksportstøtte svarende til under 15 øre pr. kg mælk. På trods af den faldende støtte har eksportværdien af danske mejeriprodukter været stigende. At dette har kunnet lade sig gøre bl.a., fordi de danske eksportører i stigende grad satser på højtforædlede produkter til højprismarkeder i EU.

Yderligere fald i støtten på vej

20 pct. af den danske osteproduktion afsættes i tredjelande, hvoraf der opnås eksportstøtte til omkring halvdelen. Eksportstøtten forventes at falde yderligere i de kommende år som følge af EU-reformen og en forventet ny WTO-aftale. I tråd hermed forventes dansk mejeribrug at fortsætte udviklingen med at tilpasse produktionen og afsætningen i retning af højværdimarkeder. ■

Kirsten E. Pedersen, kep@mejeri.dk

EU-15's osteeksport til tredjelande (1.000 ton)

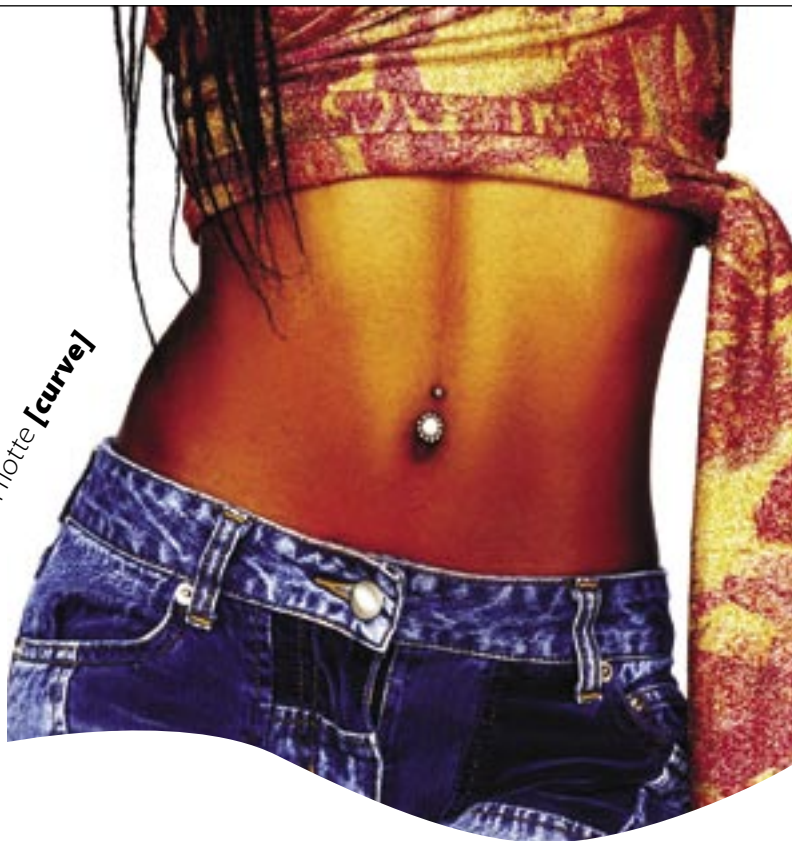
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004 (EU-25)
EU's osteeksport til tredjelande	388	452	466	444	512	526	607
Osteeksport med restitutter (Gatt-år)*	307	306	286	317	321	305	305

Note: Gatt-året starter 1. juli. Kilde: DIS


ELOPAK
DENMARK



Vi har patent på den flotte [curve]



Cut, Pede!

Mejerifilm. Den nye film om ost og syrnede mælkeprodukter – "Så ka' I lære det!" – er færdig. Og allerede nu tegner filmen til at blive rigtig populær.

"Vi har fået trykt 800 DVD'er, men bliver det ved med at gå som nu, skal vi helt klart trykke flere," lyder det med glæde i stemmen fra *Jan Morre Christensen*, Mejeriforeningens ansvarlige på den nye mejerifilm.

Filmen, der har den ligefremme titel "Så ka' I lære det!", blev revet væk på Mejeriforeningens generalforsamling den 26. oktober. Og nu skal den så videre ud i verden.

"Vores primære målgruppe er 5.-10. klasse. Filmen er jo en undervisningsfilm, hvor hovedpersonen Pede på humoristisk vis skal forklare nogle af de begreber, skolebørnene møder på mælkekartonerne såsom pasteurisering, centrifugering og homogenisering. Og så skal filmen vise, at mejeribrug er en dynamisk branche, der forener godt håndværk med moderne teknologi med det formål at lave nogle ordentlige fødevarer," siger *Jan Morre Christensen*.

Masser af ekstramateriale

Filmen udnytter DVD-formatets potentialer fuldt ud. Ud over den 23 minutter lange film er der hele 70 minutters ekstramateriale, som er fordelt på punkter i en overskuelig menu. Der er blandt andet et

foredrag ved 'osteprofessor' *Buch Kristensen*, der forklarer produktionsmetoder og historien bag mange danske ostetyper. Der er et afsnit med museumsinspektør på Dansk Landbrugsmuseum, *Gl. Estrup Jens Aage Søndergård*, der fortæller lidt dansk mejerihistorie. Og så er der selvfølgelig fra-klip, musikvideo og en visuel guide, hvor Pede viser, hvordan man lave praktiske mejerøvelser i skole og hjem.

"Fordi vi har brugt DVD som format, kan seerne selv udvælge, hvad de vil fokusere på. Det giver jo en fleksibilitet, som de gamle VHS-bånd ikke havde," siger *Jan Morre Christensen*.

Nordisk premiere

Selvom filmen primært er tænkt til folkeskoler, har flere andre vist deres interesse.

"Vi har blandt andet fået henvendelser fra Arlas interne undervisningsfolk, som måske også kan bruge filmen. Og så ved jeg, at flere besøgsmejerier og andre interesserede også venter på filmen," siger *Jan Morre Christensen*.

På den nært forestående Landsmejeriudstilling vil filmen blive vist under biograflignende forhold.



Ingen film uden filmlakat. Varm solnedgang og plotlinjen 'Han søgte sandheden' skal kapre seere til mejerifilmen. © The Company Film/Mejeriforeningen.

"Det bliver jo nærmest nordisk premiere, filmen får i Herning. Og så er alle mejerier selvfølgelig meget velkomne til at få et eksemplar." ■

Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk

Mere om filmen

- Det århusianske produktionsselskab The Company Film med direktør *Claus Frandsen* i spidsen står bag "Så ka' I lære det!"
- I hovedrollen som den nysgerrige og hurtignakkende Pede ses skuespiller *Andreas Bo Pedersen*, der blandt andet har en fortid som Shakespeare-skuespiller.
- Et eksemplar af filmen kan rekvireres ved at kontakte *Jan Morre Christensen* på tlf. 8731 2144 eller maile til jmc@mejeri.dk.

Hvad er meningen ...

Vibeke Manniches mælkekrig

Børne- og ungelæge Vibeke Manniche kan ikke se problemet i, at hver fjerde børnhave ikke serverer mælk.

Af ernæringskonsulent, *Bodil Damgaard Høegh*, Mejeriforeningen

I en artikel med overskriften 'Mælkekrig i børnehaven' omtaler *Berlingske Tidende* søndag den 30. oktober en undersøgelse, som viser, at hver fjerde børnhave ikke serverer mælk til børnenes frokost – og at Mejeriforeningen mener, at dette er bekymrende.

Børne- og ungelæge *Vibeke Manniche* deler mildt sagt ikke Mejeriforeningens bekymring. I samme artikel beskylder hun

tværtimod Mejeriforeningen for at skævvride de officielle anbefalinger på en halv liter fedtfattige mælkeprodukter pr. dag.

"For mange børn er det rigeligt med et enkelt glas mælk om dagen, hvis de også spiser yoghurt, og der bruges mælk i og på maden", siger hun blandt andet.

Lad mig med det samme slå fast, at Mejeriforeningen ikke har noget ønske om at påtvinge børn mere mælk end nødvendigt. Hvis barnet får den anbefalede halve liter mælk og mælkeprodukter derhjemme, er det selvfølgelig ikke nødvendigt at spæde til i børnehaven.

Problemet er, at over halvdelen af danske børn mellem 4 og 5 år ikke får den anbefalede mængde. Det viser en opgørelse fra Danmarks Fødevareforskning, som netop medregner drikkemælk, mælk

på havregryn, yoghurt m.m. Kort sagt: Alle de mælkeprodukter, *Vibeke Manniche* kan komme i tanke om.

Undersøgelsen viser tillige, at hvert fjerde barn får så lidt mælk, at de ligger under den mængde på 3,5 dl, som Danmarks Fødevareforskning anser som kritisk (se rapporten 'Forslag til retningslinjer for sund kost i skoler og institutioner'w).

Det er sund fornuft at lære børn at slukke deres tørst i vand. Men det er samtidig også vigtigt, at børnehaver giver børn mulighed for at vælge mælk til frokosten, blandt andet for at tilgodese de børn, der ikke kan drikke eller spise så meget mælk og mælkeprodukt ad gangen. Mælk er ved at blive en mangelvare i mange børns kost, og det burde faktisk bekymre en børne- og ungelæge. ■

Prispresset fortsætter

Køledisken. Forbrugerne kan glæde sig over faldende priser på mejeriprodukter.

Dicountbølge, private label, import fra Tyskland. Årsagerne er velkendte, og det samme er resultatet: Detailhandelspriserne på mejeriprodukter i Danmark falder eller stiger så svagt, at det nogenlunde går op med inflationen.

I nedenstående opgørelse fra Danmarks Statistik over prisudviklingen på udvalgte mejeriprodukter fra september sidste år til september i år fremgår det såle-

des, at gennemsnitsprisen på en minimælk har været udsat for en mindre rutsjetur. Fra 5,51 kr. til 5,07 kr. Smør, Kærgården, økologisk skummetmælk og fløde er også faldet i pris, mens frugt-yoghurt i de senere måneder har oplevet en lille stigning i prisen – men i forhold til sidste år er prisen dog gået ned.

Eneste lyspunkter set med branchøjne er 45+ Osten, som har fået lagt godt fire kroner oven i kiloprisen samt den økologiske letmælk, som - trods alt - er steget otte øre fra august til september i år. ■

Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk

Danmark: Detailpriser pr. måned (inkl. moms - 25%)								
	Kærgården			Mini-mælk 1 liter	Letmælk øko. 1 liter	Skummetmælk øko. 1 liter	Piskefløde 0,5 liter	Yoghurt m/frugt 1 liter
	Smør 250 g	o. lign. 250 g	Ost 45+ 1 kg					
Sep. 2004	11,63	10,47	63,52	5,51	7,17	6,55	11,78	10,90
Okt. 2004	11,52	10,49	65,18	5,48	7,16	6,54	11,75	11,04
Nov. 2004	11,65	10,36	62,99	5,36	7,12	6,52	11,37	11,02
Dec. 2004	11,78	10,34	64,95	5,40	7,14	6,46	11,74	10,44
Jan. 2005	11,77	10,34	65,05	5,31	7,12	6,50	11,42	10,95
Feb. 2005	11,65	10,28	66,57	5,08	7,07	6,48	11,37	10,93
Mar. 2005	11,68	10,35	65,36	5,12	7,23	6,57	11,45	10,79
Apr. 2005	11,79	10,37	65,86	5,13	7,22	6,56	11,40	10,89
Maj 2005	11,75	10,36	61,18	5,21	7,11	6,53	11,32	10,87
Jun. 2005	11,63	10,28	68,05	5,12	7,21	6,56	11,61	10,91
Jul. 2005	11,59	10,33	69,37	5,06	7,22	6,55	11,57	10,82
Aug. 2005	11,53	10,23	67,82	5,06	7,18	6,53	11,71	10,51
Sep. 2005	11,55	10,35	67,98	5,07	7,26	6,51	11,36	10,89

Alle priser står noteret i DKK. Kilde: Danmarks Statistik

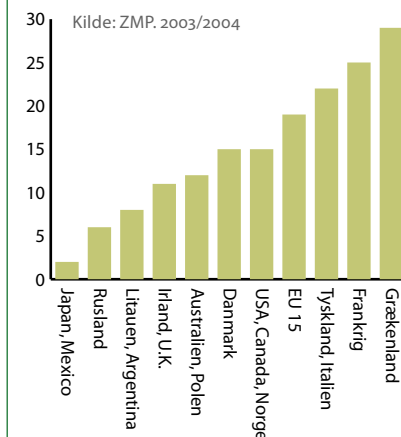
Pulvervækst

Verdensmarkedspriserne på sødmælkspulver er gunstige og stabile i øjeblikket, og det passer som fod i hose til Arla Foods' strategi på området: Med indvielsen af anlægget i Vimmerby har selskabet sat sig som mål årligt at konvertere omkring 30.000 ton skummetmælkspulver til sødmælkspulver, og som det fremgår af nedenstående statistik er man godt på vej. I USA er det skummetmælkspulver, der dominerer pulverproduktionen og -eksporten, som det fremgår af den amerikanske handelsstatistik til højre.

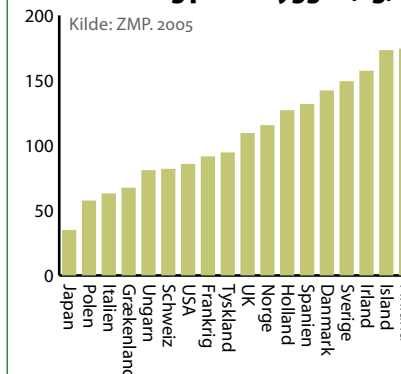
USA: Handelstal. 1. halvår (ton)			
Import	2004	2005	± %
Smør	25.529,0	20.361,6	-20,2
Ost	107.881,7	100.770,6	-6,6
Sødm. pulver	3.743,7	5.925,4	+58,3
Skm. pulver	247,8	939,6	+279,2
Kasein	37.653,7	45.388,7	+20,5
Laktose	2.306,9	2.340,4	+1,5
Ekspor	2004	2005	± %
Smør	5.254,3	3.402,1	-35,3
Ost	29.254,4	26.797,7	-8,4
Sødm. pulver	21.474,8	10.369,3	-51,8
Skumm. pulver	76.630,7	167.591,2	+118,7
Kasein	70.404,9	102.008,6	+44,9
Laktose	27.638,6	37.952,5	+37,3

Kilde: ZMP, USDA

Ost. Forbrug pr. indbygger (kg)



Mælk. Forbrug pr. indbygger (kg)



Grækerne kan godt lide ost, men til gengæld drikker de ikke så vanvittig meget mælk. Det fremgår af ovenstående opgørelser over forbruget af henholdsvis ost og mælk i forskellige dele af verden. Grækerne fortærer således 29 kg ost om året, mens franskmændene i gennemsnit sætter 25 kg til livs. Når det drejer sig om at drikke mælk, er der ingen som finnerne, der årligt nedsvælger 174,5 kg, tæt forfulgt af Island med et forbrug på 173,3 kg pr. indbygger. Her kan grækerne ikke være med – sølle 75 kg om året bliver det til i det såkaldte feta-land.

Danmark og Sverige - produktion af sød- og skummetmælkspulver														
Produktion af sødmælkspulver (1.000 ton)														
Danmark	2004	6,2	6,2	7,3	7,1	8,3	8,1	7,8	8,3	6,6	7,0	6,4	7,7	87,0
	2005	8,0	8,0	8,2	6,8	9,6	8,9	9,0	7,7	6,9				73,1
Sverige	2004	0,9	0,8	1,1	1,0	1,2	1,1	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8	1,0	11,7
	2005	1,8	1,3	3,6	3,7	4,7	3,1							18,2
Produktion af skummetmælkspulver (1.000 ton)														
Danmark	2004	4,0	2,5	1,8	1,0	1,1	1,0	1,1	0,7	0,9	0,9	0,9	1,4	17,3
	2005	1,9	1,1	0,7	1,4	1,3	1,5	1,4	1,1	1,6				12,0
Sverige	2004	3,5	3,5	3,7	3,8	3,7	3,8	3,6	2,7	2,0	1,5	1,9	2,6	36,3
	2005	2,1	2,3	1,7	1,7	1,2	1,2							10,2

Kilde: Mejeriforeningen/ZMP

Mejerinoter

Inland

Kærgården og A38 topper danskernes indkøbslister. Det skriver Berlingske Tidende, der henviser til en undersøgelse af 900 danske indkøbssedler. Undersøgelsen er foretaget af lektor *Marcus Schmidt* fra Copenhagen Business School.

Danske osteproducenter afsætter stadig mere ost til det russiske marked, som forventes af vokse med 15-17 pct. i 2005. Den hidtidige tal for 2005 (januar-juni) viser en dansk osteeksport til Rusland på 902,1 ton mod 479,2 ton i 2004.

Foreningen Danmarks Privatmejerier får ny formand. Mejeriejer *Jens R. Beierholm*, Nørup Mejeri, overtager formandsposten efter produktionsdirektør Hans Henrik Lund, Tholstrup Cheese A/S, som fratræder efter eget ønske.

APV lukker med udgangen af marts 2006 sine fabrikker i Horsens og Albertslund. Produktionen flyttes dels til Kolding og dels til udlandet, skriver Erhvervsbladet.



Feta-navneleg

Fra 15. oktober 2007 må kun grækerne kalde feta for feta. Nyheden fik spontant danske forbrugere til at sendte en regn af nye navne ind til Mejeriforeningen, TV2's og Jyllands-Posten's hjemmesider. Alt fra Fheta, Efta og ATEF til Danish White Cheese, Salattern og Græske Tudetern blev foreslået.

Siden udskrev dagbladet Information en feta-konkurrence, hvor valget af en vinder faldt på *Ann-Lisbeth Højbjerg* fra Risskov, som fandt på navnet 'profeta'. I juryens motivation for valget hedder det, at "Profeta er et godt ordspil, som på dansk har en humoristisk undertone. Internationalt læses ordet pro som noget, man går ind for."

Vi kan desværre ikke vise billeder af den stolte vinder, der blev præmieret med en gang feta sponsoreret af Mejeriforeningen. Til gengæld bringer vi dette billede af en feta-glad *Hans Bender* fra Mejeriforeningens Bruxelles-kontor. Hans Bender har gennem 18 år kæmpet en brav og beundringsværdig kamp for de danske mejeriers ret til at kalde en feta ved rette navn.

Japanere var på dansk ostevisit i begyndelsen af oktober. Her besøgte delegationen, som talte repræsentanter fra Japans 20 vigtigste handelshuse, blandt andet Arla-formand *Knud Erik Jensens* gård. Formålet med besøget var at øge den faldende eksport til Japan ved at slå på de høje danske kvalitetskrav fra jord til bord.

Dansk osteeksport til de nye EU-lande fortsætter væksten. Nye tal fra Mejeriforeningen viser, at der i de første seks måneder i 2005 blev eksporteret 2.666 ton ost til EU-10-landene. Det er en stigning på 197 pct. i forhold til samme periode sidste år, hvor de ti lande kom med i EU. Polen er med 1.620 ton ud af de 2.666 ton eksporteret ost den suverænt største aftager af dansk ost blandt de nye EU-lande.

400 tankvognschauffører hos Arla skal uddannes til ambassadører for mejeriselskabet. Chaufførerne skal være bedre klædt på til at besvare spørgsmål fra mælkeproducenterne.

Udland

Fødevarerhandlen på verdensplan steg i 2004 til 743 mia. dollar, en stigning på 15 pct. Væksten skyldes, ifølge dagbladet Information, den stigende oliepris og forekomsten af flere råvarer.

Smør er atter et hit i England. Ifølge Børsen melder Arla Foods' engelske datterselskab om stigning i salget af Lurpak.

Mozarella og anden pizzaost vil få glæde af det nye enzym, YieldMax, som Chr. Hansen og Novozymes har udviklet sammen. Enzymet vil forøge osteproduktionen med cirka to pct.

Arla Foods i England afhænder ifølge Dagbladet Børsen forretningsaktiviteter for 4 mio. pund.

Bakoma, et af Polens største mejerier, lancerer nu en yoghurt med Daniscos Howaru-kultur.

Vegetabiliske drikke bliver stadig mere populære blandt de europæiske forbrugere, viser en ny undersøgelse foretaget af det engelske analyseinstitut Organic Monitor. Markedet vokser i øjeblikket med cirka 20 pct. om året, og salget af drikke såsom ris-, soya- og havredrik forventes at nå op på 600 mio. euro inden udgangen af 2005. Det stigende salg skyldes ifølge undersøgelsen i høj grad forbrugernes efterspørgsel efter berigede drikke og et sundt alternativ til mælk.

Kineserne spiser stadig mere ost, og nu opfordres de kinesiske mejerier til at øge produktionen, så de kan tage konkurrencen op med eksportørerne, der for tiden sidder på 3/4 af salget. Danmarks osteeksport til Kina har allerede i løbet af dette års første 8 måneder overgået den samlede eksport i 2004.

Tyskland og Italien topper listen over kvoteoverskridelser i 2004/05, mens de nye EU-lande og Sverige producerer mindre mælk, end deres kvote tillader. I alt ni EU-lande har overskridet mælkeknoten, og de skal sammenlagt betale 356 mio. euro (2,7 mia. kr.) i tillægsafgift.

Læs flere nyheder fra mejeribranchen i Danmark og udlandet på www.mejeri.dk/nyheder.



Et rådgivningsfirma med speciale i byggeri og anlæg, service- og maskinteknik, energi og miljø. Vi løser opgaver for hele fødevarerindustrien og yder assistance i alle faser af projektet - fra de første ideer til det færdige anlæg.



MA PROJECT A/S · ARKITEKTER OG INGENIØRER
Frederiks Allé 22 · 8000 Århus C
Tlf: +45 8731 2300 · Fax: +45 8731 2301
E-mail: ma.project@mejeri.dk · www.maproject.dk


P R O J E C T