

mejeri





Det sker

13.-22. januar

Grüne Woche
Berlin, Tyskland
www.gruenewoche.de

25. januar

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

1. februar

Kredsudstilling
Them Hallen
Them

29. marts

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

4.-7. april

Anuga FoodTec
Köln, Tyskland
www.anugafoodtec.com

10.-14. maj

Cheese World 2006
München, Tyskland
www.cheeseworld.de

17. maj

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

30. maj

Generalforsamling i Mejeriforeningen
Radisson SAS, Århus

28. juni

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

18. september

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

21.-23. september

EDA Generalforsamling
København

24.-27. september

InterMopro
Düsseldorf, Tyskland
www.intermopro.de

20.-23. oktober

IDF Kongres
Shanghai, Kina
www.idf2006shcn.com

24.-27. oktober

Scanpack 2006
Göteborg, Sverige
www.scanpack.se

25. oktober

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

Fremtid

Det er ikke nogen naturlov, at et nyt år bringer noget nyt med sig. Eller noget godt, for den sags skyld. Ved visse årsskifter kan det ligefrem opleves, som om de eneste forandringer er en ny kalender fra Mayland og halvgammel hovedpine fra året før.

Men sådan er det ikke med 2006. Og hvis nogen skulle være i tvivl herom, skal de blot bladre lidt i årets første nummer af **mejeri**.

Allerede på forsiden slår vi de nye tider an med en frisk, stiliseret kløverblomst. Malkekoens livret og fremtidens logo for Mejeriforeningen. Det kan man læse mere om på side 13.

På side 4 kan man forvise sig om, at dansk mejeribrug formelig sprudler af tro på fremtiden. Der investeres og bygges til for millioner af kroner hos både små og store mejerier. Og på siderne 6 og 7 mødes driftsleder Dennis Knudsen og direktør Søren Hansen fra henholdsvis Ingstrup og Hirtshals Andelsmejeri for at give hinanden håndslag på et fremtidigt samarbejde. Et lyst kapitel i historien, der tegnede sig noget dystert for Ingstrup Andelsmejeri, netop som det gamle år var ved at rinde ud.

Andetsteds i bladet melder detailhandelskæden Coop ud, at man har ambitioner om at lave private label i luksusklassen. Fx mejeriprodukter i høj kvalitet til en høj pris.

Ikke at det på nogen måde er slut med egne mærker til lavpris. Men alligevel. En god nyhed for en mejeribranche, der ikke har været for godt vant på prisfronten i de senere år.

Endelig går Arla Foods nu for alvor i gang med at udvikle oste af upasteuriseret mælk. Et opgør med dansk mejeribrugs ensartethed, som Buch Kristensen udtrykker det på side 11 i vores tema om oste af rå mælk. Osteriet Hinge har været i gang på den front i flere år. Og med Arla på banen er der basis for, at dansk mejeribrug for alvor kommer til at markere sig med nogle unikke og anderledes oste. Flere af de øvrige mejerier står allerede på spring til at hoppe med på den upasteuriserede vogn. Det bliver spændende at følge.

Godt nytår. ■

Ved visse årsskifter kan det ligefrem opleves som om, at de eneste forandringer er en ny kalender fra Mayland og halvgammel hovedpine fra året før.

Men sådan er det ikke med 2006. Og hvis nogen skulle være i tvivl herom, skal de blot bladre lidt i årets første nummer af **mejeri**.



mejeri udgives af

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
Kontrolleret oplag: 1.799
1. jan.-30. jun. 2005
Kontrolleret af:
Fagpressens Medie
Kontrol

Indholdet af mejeri må
gengives med kilde-
angivelse.

Materiale indsendt uopfordret kan ikke forventes returneret.

ISSN 1604-1259

Velkommen til **fedmens** og forhandlingens år

Nytårstalen. 2006 sætter fokus på fedme, mælkepriser og ophør af eksportstøtte, skriver Mejeriforeningens formand, Kaj Ole Pedersen.

2006 tegner til at blive et spændende og udfordrende år på flere fronter. Ikke mindst på ernæringsområdet, hvor fedtet uden tvivl går en hård tid i møde.

For det er fede tider i Danmark ... vi buler ud på de forkerte steder, og danskerne gennemsnitsvægt stiger drastisk og nærmer sig snart amerikanske tilstande. Debatten om overvægt eksploderede i 2005, og i 2006 kommer der endnu større fokus på det 21. århundredes folkesygdom nummer 1, hvor debatten skal udmøntes i konkrete handlinger, hvis udviklingen skal vendes.

Mejeriprodukter under lup

I mejeribranchen må vi regne med, at også vore produkter kommer under lup, sådan som vi allerede har set det i familie- og forbrugerminister *Lars Barfoeds* seneste udspil til en ernæringsmærkning. Om ministerens forsøg på at hjælpe forbrugerne til at spise sundere og mere magert gennem en frivillig mærkeordning så vil have nogen effekt, kan man have sin tvivl om. Inderst inde ved vi nok alle sammen udmærket, hvad det er, der sætter sig på sidebenene – det er ikke et problem, man kan mærke sig ud af.

I mejeribranchen er vi heldigvis på forkant med udviklingen. Mejerierne har i årevis arbejdet på at fjerne fedtet fra deres produkter. Ændringerne i sortimentet er for længst slået igennem hos forbrugerne, så 85 pct. af den drikkemælk, der sælges i dag, hører til i den magre ende af skalaen. Samme udvikling ser vi inden for såvel syrnede mejeriprodukter som på osteområdet, hvor der forskes intensivt i at fremstille magre oste, uden at smagen sættes over styr.

Fjerner tonsvis af fedt

Mejeribranchen har faktisk stille og roligt fjernet tonsvis af fedt fra deres produkter. Ikke mindst drikkemælken. Samtidig viser den nyeste forskning, at magre mejeripro-

dukter ligefrem gør det lettere at slanke sig og holde den slanke linje.

Alligevel kommer vore produkter igen og igen i søgelyset i fedmedebatten. Netop derfor vil vi fra Mejeriforeningens side i det kommende år sætte ekstra gang i arbejdet med at afdække mælkens mange gode egenskaber i relation til vore store folkesygdomme – herunder overvægt – og intensivere arbejdet med at sikre mejeri-

“Mejeribranchen har faktisk stille og roligt fjernet tonsvis af fedt fra deres produkter. Ikke mindst drikkemælken. Samtidig viser den nyeste forskning, at magre mejeriprodukter ligefrem gør det lettere at slanke sig og holde den slanke linje.”

produkter en fremtrædende og naturlig placering i en sund og varieret kost.

Kvoter til debat

2006 vil uden tvivl også bringe fornyet debat omkring EU's eksportstøtte på landbrugsvarer. Efter WTO-ministerkonferencen i Hongkong står det klart, at eksportstøtte skal være afviklet i 2013.

I mejeribranchen venter vi spændt på udmøntningen af afviklingsaftalen, som ministrene i Hongkong ikke gav nogen opskrift på. Kun ved vi, at afviklingen skal ske gradvist.



Mejeriforeningens formand Kaj Ole Pedersen: "I mejeribranchen må vi regne med, at også vore produkter kommer under lup, sådan som vi allerede har set det i familie- og forbrugerminister *Lars Barfoeds* seneste udspil til en ernæringsmærkning."

Som branche må vi i 2006 lægge os i selen for at påvirke processen maksimalt, så vi glider i retning af liberalisering – hvilket vi alle ønsker – på en måde, så der er rimelig tid og mulighed for tilpasning. Forude venter hele den smertefulde proces omkring markedsadgang og intern støtte, som skal løses i løbet af årets første måneder med planlagt afklaring 30. april 2006.

Med fastsættelsen af en endelig slutdato for eksportstøtten må det også kunne tages for givet, at EU's kvotesystem for alvor kommer til debat i det kommende år. Aftalen fra Hongkong bør være startsignalet til en proces om afvikling af systemet.

I mejeribranchen er vi parate til fremtidens marked. Men det er klart, at vi skal blive bedre til at sælge vore varer dyrere på verdensmarkedet, når eksportstøtten forsvinder. Det er her overskuddet skal hentes hjem, for mælkeprisen til landmanden kan der ikke pilles ved. Den må under ingen omstændigheder falde i det kommende år. ■

Rejsegilde

Nybyggere. Nogle gør det for at skrotte forældet inventar. Andre fordi efterspørgslen fordrer det. De danske mejerier har moderniseringstrang.

Ser man rent kvantitativt på det danske mejeribrug, kan man hurtigt finde sit pessimistiske hjørne. Også i 2005 faldt antallet af danske mejerier, der i skrivende stund er på 25. Til gengæld ser det straks bedre ud, når man kigger på kvaliteten af de tilbageværende mejerier. Mange bygger til, andre moderniserer i større eller mindre grad.

“Vi tror på fremtiden. Desuden har vi oplevet en voldsom vækst i efterspørgslen på vores feta, så vi kan ganske enkelt ikke blive i de nuværende rammer,” fortæller en selvsagt ret tilfreds mejerileder på Andelsmejeriet Sædager, *Bjarne Kristiansen*. På Sædager laver man en total tilbygning på 1.500 m², hvoraf størstedelen er et nyt kølelager.

Moderat modernisering

Asaa Andelsmejeri udvider også. Her bygges der nyt osteri – nyt og nyt er dog så meget sagt.

“Vi går fra at producere som i 1930’erne og til noget, der minder om mejeribrug i 1950’erne,” lyder meldingen fra *Peer Steen*



Første tilbygning på Endrup Andelsmejeri siden 1987 fejres på behørig vis. Det 1.200 m² store ostelager vil fordoble mejeriets samlede kapacitet. Foto: Louis A. Michaelsen, LandbrugSYD

Jensen, som er mejerileder på Asaa Andelsmejeri.

Endrup Andelsmejeri byggede sidst til i 1987, så her mener man, at det vist er på høje tid, der sker noget igen. Udvidelsen lyder på 1.200 m² større ostelager.

“I 1987 fik vi 14 mio. kg mælk ind. Nu får vi 21 mio. kg. Det er samme antal mælkeleverandører, men de har jo forbedret ydelser og købt mere kvote,” lyder forklaringen på byggelysten hos mejeribestyrer *Gisle Nordlund*.

Fra landbrug til mejeri

Større ændringer er også vej på Øllingegaard Mejeri, eller som mejerichef *Morten Krohn* udtrykker det:

“Vi går fra at være landbrugsejendom til at blive et rigtigt mejeri. Kostalde skal

nu være lagerrum, og vi har også investeret i nye maskiner, der skal automatisere produktionen.”

Thise Mejeri har ligeledes vokseværk. Fra 3.000 til 7.500 m² lyder projektet til en samlet værdi af 60 mio. kr.

“Vi vil fortsat være i stand til at have en fleksibel produktion med mange forskellige produkttyper. Derfor er vi nødt til at have mere plads,” siger mejerileder på Thise Mejeri, *Poul Pedersen*.

Efter gigantinvesteringen på 677 mio. kr. til den nye mælkepulverfabrik i Vimmerby drosler Arla Foods stærkt ned for investeringerne i 2006. Mejeriselskabet påregner dog at bruge sammenlagt 880 mio. kr. på investeringer i det nye år, oplyser *Bengt Palmqvist*, Arla Foods. ■

Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk

Her bygges:

Mammen Mejeri

- Udvidelse af pakkeri til detailpakkede oste
- Investering på 10 mio. kr.
- Projekterne skal efter planen stå færdige i løbet af januar 2006.

Løgismose Mejeri

- Bygning af 2.000 m² lagerplads til vin
- Samtidig skal de lokaler, som tidligere husede vin, nu bruges til mejeridelen af Løgismose. Især emballering kræver mere plads end tidligere.

Ørbæk Mejeri

- Tidligere slagteri omdannes til mejeri
- Bygningsarealet på det nye mejeri er på 6.000 m²
- Ventes at stå færdigt i løbet af 2006.

Them Andelsmejeri

- Kapaciteten øges i løbet af 2006 fra 4.000 ton ost årligt til 5.000 ton.

Endrup Andelsmejeri

- 1.200 m² tilbygning til ostelageret
- En fordobling af lagringskapaciteten
- Investering på 7-8 mio. kr.

Andelsmejeriet Sædager

- Total tilbygning på 1.500 m²
- 1.000 m² kølelager samt fællesbygninger til emballering
- Investering på 10 mio. kr.

Øllingegaard Mejeri

- Groft sagt en omdannelse fra landbrugsejendom til mejeri
- Tage er renoveret, kostalde omdannet til lager, og der er foretaget investeringer i nyt maskineri
- Samlet set er der investeret for 2-3 mio. kr.

Asaa Mejeri

- Nyt osteri bl.a. med en nyere presse.

Thise Mejeri

- Produktionsareal mere end fordobles fra 3.000 til 7.500 m², og den årlige indvejning stiger til 50-55 mio. kg mælk
- Der bygges bl.a. nyt tapperi, færdigvarekølerum, skumrum, ostelager og indvejningsterminal.

Arla Foods

- Den klart største investering i 2005 har været mælkepulverfabrikken i Vimmerby i Sverige. En investering på totalt 677 mio. kr. over flere år
- Andre store investeringer i 2005 har været udvidelse af Bov Mejeri fra 10.000 til 16.000 ton (120 mio. kr.) og modernisering af Jönköping Mejeri i Sverige for 73 mio. kr.
- I 2006 er der afsat 880 mio. kr. til investeringer mod 1,255 mia. kr. i 2004/2005, altså et fald på 28 pct.

What difference can we make for you?



QFAflex series Analyzers

The QFAflex series is intended for NIR applications where flexibility in terms of sampling techniques and detector choice is needed. Accessories for liquid, slurry, paste and powder sampling is available. The picture shows a flex, using a vialsystem to analyze liquid samples and the new QFA Powerport on the side. Analysis time as low as 5 seconds! In a large variety of sampling cups and cuvettes.

Application examples:

- Fat • moisture • protein in almost any powder and slurry in a dairy.

QFAfocus analyzers

The QFAfocus series of FT-NIR analyzers are specially tailored for dairy applications. The main feature of this analyzer is the unique use of very low cost plastic bags as cuvettes in the sliding mechanism allowing for the analysis of inhomogeneous products without loss of accuracy.

Application examples:

- Fat • moisture • salt • protein • TS in Butter
- Spreads/Margarine • Processed cheese
- Cream cheese • WPC & BMC.



The LactoScope

The LactoScope is a Spectrophotometer with which the composition of milk and milk products is analysed via infrared technology. The LactoScope determines the amount of the constituents fat, protein, lactose and the total solids content with extreme accuracy.



interline
spectroscopic analytical solutions

Københavnsvej 261 :: 4000 Roskilde :: Tlf. 46 75 70 46
Besøg os på www.q-interline.com



Siden 20. december har Ingstrup Mejeri været under Hirtshals Mejeris logo – fyrtårnet – og heddet 'a/s' til efternavn. Driftsleder Dennis Lund, Ingstrup, (t.v.) og direktør Søren Hansen, Hirtshals, har brugt mange timer sammen på at gennemgå regnskaber, drift og fremtidsplaner siden sammenlægningen. Begge tror de på Ingstrup som en sund forretning. (Foto: Tao Lytzen)

Tårnet viser vej for osten

Samspil. Hirtshals' logo – fyrtårnet – skal sælge Ingstrups oste. De to mejerichefer mener, at bedre salg, en mere effektiv produktion og mere markedsføring kan gøre Ingstrups oste til en god forretning med tiden.

For første gang længe arbejder osteinlæggeren på Ingstrup Mejeri. Det er fire dage før jul, og driftsleder *Dennis Lund* har travlt med at få produceret de første oste siden begyndelsen af november.



“Før var vi 13 mand i produktionen; nu er vi kun fire tilbage. Så vi må tage lidt længere skridt,” siger den smilende driftsleder. Dennis Lund har valgt at se positivt på de nye vilkår, mejeriet fortsætter under – der er afskediget en del medarbejdere, men de, der er tilbage, kommer tættere på osten.

“Når vi ikke er flere medarbejdere, følger vi mælken nærmere på dens vej gennem mejeriet. Det har givet anledning til, at der kommer nye øjne på en del processer. Og det er godt – for vi skal frem til at gøre tingene nemmere og mere effektivt,” forklarer Dennis Lund, der overtog stillingen som driftsleder i foråret 2005.

Bedre kvalitet

Osten, der bliver fremstillet denne dag, er udelukkende til test – for at se om alt er, som det skal være efter små to måneders pause i produktionen. Det første mål for produktionen er at nå op på 400 ton danbo-ost af høj, ensartet kvalitet. Tidligere har kvaliteten været 'sorteret', som direktøren fra Hirtshals Mejeri, *Søren Hansen*, udtrykker det.

“Et af Ingstrups problemer har været, at kvaliteten af osten har været svingende. Nu tester vi osten, og vi allierer os med ekspertise udefra. Det er for at ensarte kvaliteten, så vi nemmere kan afsætte den,” siger direktør Søren Hansen, der har brugt en del tid på Ingstrup i forbindelse med overtagelsen, der trådte i kraft 20. december.

Tårnet skal trække læsset

Ambitionen er at nå op på 800-1.000 ton ost, men det bliver ikke lige foreløbig. Først og fremmest skal der gøres et stort benarbejde for at få den håndlavede ost ud i flere butikker. En af årsagerne til, at Ingstrup endte i betalingsstandsning, var et svigtende salg. Ingstrup har kun været inde i en enkelt af de store kæder, Super-Gros, hvor Hirtshals' varemærke også er i kølediskene hos de to andre store kæder, Coop og Dansk Supermarked.

Søren Hansen tror på, at en markedsføring med et komplet sortiment kan have en positiv effekt på salget af Ingstrup Ost.



Ingstrups vej til Hirsthals

Overtagelse. Ingstrup Mejeri kæmpede til det sidste for at overleve og skabe overskud på deres oste. Men store investeringer, manglende afsætning og lukningen af Nestlé, der aftog 18 ud af 24 mio. kg mælk, kvalte mejeriet.

Fire dage før juleaften skiftede nøglerne til Ingstrup Mejeri hænder. Naboen, Hirsthals Mejeri, overtog det lille nordjyske ostemejeri i Ingstrup ved Løkken. Overtagelsen kom efter flere års kamp for at overleve.

“Det kan ikke betale sig at ærgre sig over det. Det er gået, som det er gået, og nu slår vi en streg over det og kommer videre,” fortæller den tidligere formand, *Jens Jensen*, der har mistet omkring 300.000 kr. på Ingstrups økonomiske nedtur, hvor garantikapitalen på 2,3 mio. kr. gik tabt.

Store planer

I år 2000 var stemningen anderledes optimistisk på Ingstrup. Andelshaverne tænkte stort. På en generalforsamling besluttede de at investere 10-12 mio. kr. i en storstilet satsning. Ingstrup Mejeri skulle omdannes til et a.m.b.a., der skulle producere håndlavede danbo-oste.

“Vi fremlagde ideen. Nogle valgte at stoppe, fordi de ikke troede på projektet, men vi andre så mulighederne i det,” fortæller Jens Jensen.

Selv da byggeriet kom til at koste 20 mio. kr. i stedet for de forventede 10-12 mio. kr., var andelshavere og investorer overbeviste.

Nestlé lukker

Når Jens Jensen ser tilbage på, hvorfor Ingstrup ikke klarede kampen, er der især én begivenhed, som var afgørende. Mælkepulverfabrikken Nestlé i Hjørring lukkede og slukkede fra den ene dag til den anden i september 2002. Ingstrup havde solgt $\frac{3}{4}$ af deres 26,5 mio. kg mælk til Nestlé.

Investeringsplanen var til dels hængt op på, at Nestlé fortsat kunne aftage store mængder mælk. Nu stod Ingstrup med små 20 mio. kg mælk, som det var svært at komme af med til en god pris.

“Det kom som en overraskelse, at de lukkede så pludseligt. Havde vi vidst det, havde vi aldrig investeret de penge. Men da det skete, var vi så langt ude i investeringen, at vi var tvunget til at fortsætte.”

Ingstrup Mejeri fik en mindre erstatning fra Nestlé og lagde en plan for at reducere mælkemængden med 10-12 mio. kg.

Benhårdt marked

Et andet problem for Ingstrup har været manglende salg. Konkurrencen mod andre gule danbo-oste i et discount-marked var hård, og Ingstrup var ikke dygtig nok til den opgave, erkender Jens Jensen.

“Set i bakspejlet må vi indrømme, at vi simpelthen ikke var klædt på til at sælge,” fortæller Jens Jensen.

Ingstrup havde især svært ved at få plads i køledisken hos de store supermarkeds kæder.

“Vi lavede håndlavede oste. Men når det kun var prisen, vi blev målt på, kunne vi ikke konkurrere mod de store mejerier,” siger Jens Jensen.

Det gjorde, at indtjeningen aldrig kom i gang.

“Vi skulle sælge 1.250 ton ost for at få balance i regnskabet. Men vi nåede kun op på 750 ton, og vi måtte sælge resten som billig skummetmælksost.”

Ingstrup forsøgte at ansætte en freelance-sælger og lade den daværende mejeribestyrelse bruge mere tid udelukkende på at sælge.

“Det hjalp, men vi kom aldrig ind hos de store kæder. Det er en benhård branche, og vi nåede aldrig op på de mængder, vi skulle,” konstaterer Jens Jensen.

Redningsplan i vasken

Jens Jensen indså i marts, at der ikke kunne være nogen anden løsning end at sælge mejeriet, men økonomien var så dårlig, at ingen stod på spring til at købe.

Jens Jensen husker tydeligt den 4. november. Den dag drøftede han økonomi med mejeriets advokat, og den dag besluttede de at erklære mejeriet i betalingsstandsning.

Ifølge den tidligere formand har Ingstrups bestyrelse kæmpet til det sidste. Desværre har det været forgæves med tanker, ideer og redningsplaner.

“Vi håbede hele tiden på bedre afsætning. Vi prøvede, men det lykkedes ikke. Nu hvor det er ovre, er det en lettelse. Det har fyldt meget, og vi har brugt timer og dage på det. Men vi vil ikke ærgre os mere,” siger Jens Jensen. ■

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk

“Det er en forholdsvis lille andel af markedet, vi har. Men vi laver en ost med meget særegne karakteristika, og vi kan som kæde levere hele paletten af produkter. Dermed kan vi udgøre et alternativ til kædernes øvrige sortiment,” mener Søren Hansen.

Direktøren fra Hirsthals har ingen forestillinger om, at Ingstrup-osten kommer til at bidrage til den fælles husholdning

“Der er kommet nye øjne på en del processer. Og det er godt.”

Driftsleder Dennis Lund om vejen frem for Ingstrup Mejeri.

de første år. Men efter tre år tror han på, at Ingstrup kan give overskud.

“Mit indtryk er, at det kun har været meget få, der har kendt Ingstrups mærke, når man kommer længere ned i landet. Vores logo – fyrtårnet – er der derimod flere, som er stødt på. Derfor kan fyret være den døråbner, der gør, at Ingstrup-osten giver overskud,” siger en forhåbningssfuld direktør, Søren Hansen. ■

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk

Mere mælk i kædernes egne mærker

Køledisken. Detailhandlens salg af mælk i egne mærker er stigende. Coop Norden har ambitioner om at udvikle højprisprodukter under private label.

Mens salget af drikkemælk i Danmark som helhed er faldet svagt i de senere år, vokser den andel af mælkesalget, som foregår under detailhandelskædernes egne mærker. De såkaldt private labels. I 2003/2004 udgjorde private label 7,5 pct. af det danske marked for hvid mælk. I 2004/2005 var andelen vokset til 11,5 pct. Det viser en statistisk opgørelse, som Arla Foods har udarbejdet for Mejeriforeningens nyhedstjeneste på baggrund af data fra analysebureauet AC Nielsen.

Opgørelsen viser samtidig, at de helt store private label-kategorier som mælk med smag (primært kakaomælk), skærest og madlavningsost tilsyneladende er stagneret på en markedsandel omkring 30 pct.

"Det er vanskeligt at sige, om markedsandelene har toppet inden for enkelte kategorier. Udviklingen inden for private label foregår typisk i ryk, når en kæde lægger en større del af sortimentet over i eget mærke. Vi har næppe set toppen endnu," siger consumer marketingchef *Karsten Jeppesen*, Arla Foods.

Mens private label i adskillige år har haft en markant andel af ostemarkedet, er det et forholdsvis nyt fænomen inden for den hvide mælk. Udviklingen tog for alvor fart, da Dansk Supermarked i sommeren 2004 begyndte af importere tysk drikkemælk under kædens Engholm-mærke. Derudover har de senere års eksplosive vækst i discountsektoren også været med til at øge andelen af privat labels i de danske kølediske. Ikke mindre end 80 pct. af mejeriprodukterne i en dansk Lidl-butik er således kædens egne mærker, viser en anden opgørelse fra AC Nielsen.

Ingen produktudvikling

"Set fra mejeriernes side er det et problem, at private label i Danmark stort set kun handler om at sælge kopier af i forvejen kendte produkter til en lavpris," mener Kar-

sten Jeppesen. "Ud over en lavere indtjening for både mejerier, mælkeproducenter og kæder betyder det, at produktudviklingen svækkes inden for den pågældende kategori. Og dermed falder forbrugernes interesse for kategorien. Kæderne har simpelthen ikke den fornødne innovationskraft til at drive kategorien fremad på egen hånd."

"Vi har set det med kakaomælken, hvor kæderne har markedsført en række billige produkter, som ligger tæt op ad vores Matilde kakaomælk. Det har mere eller mindre taget luften ud af kakaomælks-kategorien. Der skal kort sagt nyheder i disken for at fastholde forbrugeren."

Private label til høj pris – i England

Sammenlignet med andre lande har danske kæder en forholdsvis lav andel af egne mærker på hylderne. På europæisk plan ligger England helt i top med en private label-andel på omkring 40 pct. Men i modsætning til de danske kæder har de engelske kæder – ikke mindst Tesco – så at sige produktudviklet området. Tesco opererer således med flere kategorier af private label fra ren discount til højprisprodukter under luksurmærket 'Tesco's Finest'.

"Vi har nogle ganske få eksempler på højprisprodukter inden for private label i Danmark. Vi laver lidt, og det samme gør Thise Mejeri. Men rent volumenmæssigt har det ikke den store betydning. Her kunne jeg godt tænke mig, at kæderne lærte lidt af de engelske kæder," siger Karsten Jeppesen.

Det gør vi også, lyder meldingen fra Coop Norden. Den store nordiske detailkæde opererer i øjeblikket med to egne fællesmærker: Lavpriserien 'X-tra' og 'Coop'-mærket, som er en kopi af markedslederen inden for den pågældende varekategori. Det er Coops overordnede mål at hæve andelen af egne mærker på hylderne.

"I øjeblikket er vi i fuld gang med at indkøre vores to egne mærker i hele Norden. Næste skridt bliver at få udviklet et mærke med produkter i en højere kvalitet til en højere pris," forklarer kategori-gruppechef *Lars Åke Nyman*, Coop Norden.

"Vi kommer til at se produkter i stil med Tesco's Finest på mejeriområdet i Coops butikker. Og ligesom Tesco har vi også et ønske om at drive udviklingen i kategorierne. Det tager tid – men det kommer," lover han. ■

Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk

Private label. Andel af markedet for udvalgte mejeriprodukter i Danmark. I pct.

	uge 10/2004	uge 50/2004	uge 21/2005
Hvid mælk	7,5	10,3	11,5
Mælk med smag	31,0	28,0	28,0
Madlavning friskvarer (piskefløde, cremefraiche m.m.)	20,5	19,0	17,5
Syrnede mejeriprodukter	8,5	9,0	9,0
Skærest	30,0	29,0	28,5
Specialost	6,7	8,0	8,0
Madlavningsost	35,0	35,0	29,0
Faste fedstoffer (smør, margarine)	19,5	20,0	19,0

Note: Opgørelsen er baseret på såkaldt 'rullende år'. Dvs. fra det angivne ugenummer og 12 måneder bagud. Kilde: Arla Foods/AC Nielsen.

Tema om oste af rå mælk



På Osteriet Hinge i Midtjylland har man i de seneste år lavet faste oste af rå mælk. Arla har allerede besøgt det lille osteri for at høre mere om de erfaringer, mejerist Søren Thøgersen har gjort sig.

Rene varer. Flere danske mejerier vil nu give sig i færd med at lave oste af rå mælk.

Skal råmælksoste være forbeholdt vores sydlandske naboer? Nej, mener de danske mejerier, som nu med Arla i forfront giver sig i kast med en langsigtet plan om at kreere danske råmælksoste.

Planen kan ifølge tidligere mejeriforstander *J.M. Buch Kristensen* tolkes som et mindre opgør med den ensartethed, som ellers har domineret dansk mejeribrug, og hvormed man har sikret sig en unik anerkendelse af danske oste på eksportmarkederne. Men selvom råmælksoste er et vanskeligere produkt at lave, kan

det sagtens lade sig gøre, hvis man nøje planlægger hygiejnen og alle processer i produktionen. Det gælder alt fra kohelbred til mejerihygiejne.

Helt centralt i Arlas planer om at lave oste af rå mælk er derfor også fødevarerikkerheden. Det er her planerne starter og slutter. Samtidig ligger der en stor udviklingsopgave, som de danske mejerier kan udføre sammen for at sikre, at råmælksostene ikke bare bliver sikre, men også velsmagende oste. ■

Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk

Hvordan laver man råmælksoste?

- Oste af rå mælk produceres uden at pasteurisere mælken. Dermed bevares fremkomsten af gode, smagsgivende bakterier, men råmælksoste kræver samtidig nøje planlagt styring for at undgå sundhedsskadelige bakterier.
- På grund af den manglende pasteurisering kræver produktion af råmælksoste, at man i særlig høj grad optimerer processen i alle produktionsled. Det gælder lige fra koens sundhed over staldhygiejne til tids- og temperaturstyring og fremstillingstrinene på mejeriet.

Hvad skal man passe på?

- Det er især bakterier af typerne *Listeria*, *Salmonella*, *Staph.aureus* og *E. coli*, der kræver styring fra mejeriets side. Det er sagtens muligt at producere sikre råmælksoste, men det kræver sikker viden om det, man gør, og om effekten af styringen gennem hele processen.

Hvordan kommer man i gang?

- Mejeriforeningen har udviklet en branchekode, der kan hjælpe de mejerier, der ønsker at opstarte en produktion af råmælksoste. Branchekoden kan erhverves ved henvendelse til chefkonsulent *Claus Heggum*, Mejeriforeningen, på tlf. 8731 2198.

Tydeligere lov

Klar tale. Lovgivningen gør det nu tydeligere, hvordan de danske mejerier kan få lov til at lave råmælksoste. Kravene bliver der imidlertid ikke slækket på.

Der har aldrig været forbud mod produktion af upasteuriserede oste i Danmark. Men det, som sker nu, er, at det bliver tydeligere i lovgivningen, hvordan danske mejerier kan få den dispensation, der skal til for at producere råmælksoste.

“Halen på koen sidder tæt på yveret.

Det er jo der, hele problemet er. Derfor vil vi ikke slække på de krav, man skal opfylde

for at få dispensation. Men vi vil da gerne være med til at gøre det tydeligere, at det er muligt at lave råmælksoste i Danmark,” siger *Henrik G. Jensen*, vicedirektør i Fødevarestyrelsen.

Dyr risikovurdering

En ting er at få lov til at producere faste oste af rå mælk. Her kræves der egenkontrol og dokumentation. Det er straks mere vanskeligt, når det gælder bløde oste.

“Fordi risikoen er større ved bløde oste, er vi nødt til at stille højere krav. Derfor skal der gennemføres en omfattende risikovurdering på det mejeri, som anmoder om tilladelse til at producere bløde oste,” fortæller *Henrik G. Jensen*.

En sådan risikovurdering vil mejeriet selv skulle stå for, og det er meget ressourcerelevende.

“Man skal kunne dokumentere, at hygiejnen er i orden. At man besidder den teknologi, der skal til for at garantere en fødevarer sikker produktion,” siger *Henrik G. Jensen*, der dog tror fuldt og fast på, at de danske mejerier kan leve op til kravene.

“To ting præger dansk mejeribrug: Højteknologi og dyb forståelse for fødevarerikkerhed. De danske mejerier placerer fødevarerikkerhed foran marketing. Derfor tror jeg også, at de danske mejerier sammen kan løse den gordiske knude og starte en produktion af bløde, upasteuriserede oste.” ■

Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk

Alt har jo betydning

I produktion af råmælksoste er nærheden mellem ko og mejeri essentiel. Mælken til Osteriet Hinges produktion pumpes direkte fra kørerne ind i ostekarret.

De erfarne. "Koenes foder, omgivelserne og mejeriets inventar har alt sammen konsekvenser for ostens smag," siger man på Osteriet Hinge, som siden 2001 har haft dispensation til at producere faste oste af rå mælk.

"Mælken skal jo hverken varmes op eller køles ned. Og så har man mange flere mælkesyre kulturer, der arbejder for sagen. Faktisk er det nemmere at lave oste af rå mælk end af pasteuriseret."

Den lidt overraskende melding kommer godt halvvejs inde i min samtale med mejerist *Søren Thøgersen*, som til daglig bearbejder mælken på Osteriet Hinge til blandt andet råmælksoste. Helt ligetil er det dog ikke:

"Produktionsteknisk er der ikke de store forskelle på, om man laver ost af pasteuriseret eller af rå mælk. Forskellen ligger i det startprodukt, man har. Med råmælksoste er der tale om et mere skrøbeligt materiale, så det kræver, at man er mere over det og vurderer fra gang til gang. Man kan ikke bare kigge på klokken som ved almindelige osteproduktioner," forklarer han.

Mælk direkte i karret

Det unikke ved Osteriet Hinge er beliggenheden klos op ad mælkeproducent *Evald Vestergaards* 130 kvæg store besætning. Faktisk var det Evald Vestergaard, som i sin tid startede osteriet op og nu lejer det ud til Søren Thøgersen. Nærheden mellem ko og mejeri er essentiel.

"Det allervigtigste i produktionen af råmælksoste er mælkens kvalitet. Den skal

være så frisk som overhovedet muligt, så alle smagsgivende bakterier bevarer," forklarer Søren Thøgersen.

Af samme grund pumpes mælken direkte ind i ostekarret hos Søren, når der malkes hos Evald. Efter blot et par timer begynder bakterisammensætningen nemlig at ændre sig.

Gode rutiner

Evalds stald ligner enhver anden mælkestald – men renheden er nok en kende mere i højsædet end hos enkelte andre mælkeproducenter.

"Vi skal jo for alt i verden undgå, at de ting, som er i miljøet, kommer i mælken. Derfor må vi tage en del forholdsregler såsom at stille fodtøj ved døren, hvis man har været ude, sørge for, at foderet er helt rent, og at ventilationen i stalden er i orden," fortæller Evald Vestergaard, som dog gerne vil pointere, at så svært er det heller ikke.

"Det handler meget om at få nogle gode rutiner. Jeg vil tro, at jeg bruger ca. en halv time mere pr. malkning end den typiske landmand, men det er helt klart besværlighederne værd, når man smager på slutresultatet," fortæller Evald, alt imens vi fortærer en bid brød i stuen. Med vel-smagende råmælksost på selvfølgelig.

Vi skal ikke slå folk ihjel

Hvad der også har været besværlighederne værd, er Evalds lange kamp for tilladelsen til at lave oste af råmælk.

"Den første reaktion, vi fik, var noget i stil med 'nej, det skal vi ikke til. Det slår jo folk ihjel,'" siger Evald og forklarer, at det tog et års tid og et stort beløb af få dispensationen på plads.

"Nu er det kun glædeligt, at Arla vil til at imitere os, men de måtte da gerne have

besluttet sig for det lidt tidligere," siger Evald med et glimt i øjet.

"Forhåbentlig vil Arlas engagement åbne op for, at der kommer mere opmærksomhed på råmælksoste. Og så håber vi da, at det også bliver tilladt at producere andet end faste oste af rå mælk."

Rå oste er unikke oste

Ude på mejeriet er Søren ved at være færdig med dagens produktion. Han har allerede haft besøg af Arla-folk, som vil høre om produktionen.

"Jeg er lidt i tvivl om, hvor meget jeg kan lære dem. At lave råmælksoste er jo forskelligt fra sted til sted. Alt har betydning. Koenes foder, om der har været tørkeperioder, om koen drikker meget vand, hvilket inventar der er på mejeriet. Derfor er Arla nok nødt til at prøve sig lidt frem, ligesom vi selv har gjort," siger Søren, som da heller ikke frygter Arla som konkurrent.

"De vil aldrig kunne imitere en Hinge-ost. Det er charmen. Hver ost er unik." ■

Tekst og foto: Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk



"Produktionsteknisk er der ikke så stor forskel på at lave pasteuriseret ost eller råmælksoste. Den store forskel ligger i det startprodukt, man har. Mælk til råmælksoste er langt mere skrøbeligt," forklarer mejerist Søren Thøgersen fra Osteriet Hinge.

Fakta om Osteriet Hinge

- Osteriet Hinge blev startet op i 2000 af gårdejer Evald Vestergaard, mejeriingeniør Henrik Kanstrup og mejeritekniker Mogens Jensen.
- I 2003 gik osteriet fallit, og produktionen lå stille et års tid, inden Søren Thøgersen lejede sig ind og startede produktionen op igen.
- Der produceres mellem 100 og 200 kg råmælksoste om ugen. Produktionen udgør omtrent en fjerdedel af Hinges samlede produktion.
- Mælken til råmælksosten kommer udelukkende fra Evald Vestergaards kontrollerede besætning. Samtlige ostekar analyseres for coli-, salmonella- og listeriabakterier.

Kovending

Særpræg. Ensartetheden har været et altdominerende dogme i dansk mejeribrug. Det er nu ved at blive brudt, og det er slet ikke nogen tåbelig idé, mener J.M. Buch Kristensen, der selv har prædikeret ensartethed i mere end 30 år.

I 30 år har han doceret sætningen: "Sørg for alt i verden for at lave et ensartet produkt." Og begrundelsen var lige så simpel:

"Kunderne vil have det samme produkt hver gang. Kvaliteten må ikke svinge."

Disse sætninger har *Jens Martin Buch Kristensen* sagt til henvend hver eneste mejerist og mejeritekniker i Danmark, når han har haft dem under kyndig indlæring på mejeriuddannelserne i Dalum. Men sådan siger Buch Kristensen ikke længere:

"Jeg kan sagtens se det fornuftige i at bryde det dogme, der kalder på ensartethed i dansk mejeribrug. Hvis danske oste skal kunne klare sig fremover, må vi satse på de små, unikke forskelle. Det danske særpræg."

Og Buch Kristensen forklarer, hvorfor han har ændret holdning.



"Andre lande har også lært at producere det samme produkt gang på gang. Derfor er vi nødt til at gøre noget andet," siger J.M. Buch Kristensen, der er tidligere mejerilærer og forstander på Dalum UddannelsesCenter.

Udviklingen

"Ved andelsmejeriernes begyndelse i slutningen af 1800-tallet højpasteuriserede man al fløde til smør ved 82-86°C. Der kunne jo være skadelige bakterier i, så man ville gerne lige have det værste væk," siger Buch Kristensen og fortsætter:

"Omkring 1900 begynder man for alvor at interessere sig for osten. Man finder ud af, at ostekvaliteten faktisk bliver ringere, når mælken udsættes for højpasteurisering. Ostene blev sure og korte i konsistensen. Derfor interesserede de fleste mejerier sig ikke for pasteurisering af ostemælken. Faktisk forholder det sig sådan, at i 1914, hvor vi har omtrent 600 osteproducerende mejerier, er der blot 50 mejerier, som pasteuriserer."

Skiftet til pasteurisering begynder at ske i slutningen af 1920'erne. Forsøg med lavpasteurisering sættes i gang, og det viser sig at have flere fordele uden at slå for

"Råmælksoste vil altid være et nicheprodukt, men de upasteuriserede oste kan være med til at højne osteforbruget generelt og frem for alt være med til at sætte fokus på kvaliteten af danske oste både herhjemme og ude i verden."

hed, der bider sig fast i disse år."

Råmælksoste vil altid være en niche

På eksportmarkederne blev danske oste lanceret som 'safe, clean and tasty', og derfor skulle kvaliteten være den samme. Altid.

"Grunden til, at situationen er anderledes nu, er jo, at andre lande er gået os i bedene. De har også lært at lave det samme produkt gang på gang. Derfor mener jeg, at vi er nødt til at gøre noget

mange af de gode, smagsgivende bakterier ihjel. Mens blot 10 pct. af mejerierne lavpasteuriserede i 1930, er tallet vokset til 59 pct. i 1935 og igen til 79 pct. i 1940.

"Når ostemejerierne i stort omfang begynder at pasteurisere, er det ikke på grund af hverken fødevarerikkerhed eller sygdomsbekæmpelse. Nej, det er udelukkende kravet om ensartet-

hed," siger den nu pensionerede mejeriforstander.

Buch Kristensen mener dog absolut ikke, at råmælksoste er alt, hvad vi skal leve af i fremtiden.

"Råmælksoste vil altid være et nicheprodukt, men de upasteuriserede oste kan være med til at højne osteforbruget generelt og frem for alt være med til at sætte fokus på kvaliteten af danske oste både herhjemme og ude i verden."

Mejeriforstanderen er derfor positivt stemt over for Arlas planer om produktion af råmælksoste. Og han mener ikke, at der vil gå så mange år, før vi ser flere af de danske mejerier have en råmælksost med i sortimentet.

"Husk på: Det er jo ikke så vanskelige at lave. Faktisk er hygiejnekravene på mejerierne højere ved pasteuriseret produktion. Her er mælken jo rensat, så bare en enkelt bakterie kan ødelægge det hele. Ved upasteuriseret produktion vil en fremmed bakterie jo kun være en ud af tusinde andre bakterier. Der er derimod højere krav til landmændene om levere mælk uden skadelige bakterier." ■

Tekst og foto: Steffen Moestrup, smo@mejeri.dk

Sikkerhed, sikkerhed, sikkerhed – og **velsmag**

Innovation. Det starter og slutter med fødevarer-sikkerhed, lyder meldingen fra projektgruppe i Arla Foods. Gruppen har været en tur i Frankrig for at lære kunsten at lave sikre råmælksoste, der smager af noget.

”Ingen danske mejerier kan holde til at sende en sundhedsfarlig ost på markedet. Og da slet ikke Arla Foods ...”

Forskningskoordinator *Katrine Hvid Ellegård*, Arla Foods Corporate R&D, er ikke et sekund i tvivl om, hvad der har højeste prioritet i mejeriselskabets projekt med udvikling af råmælksoste.

”Det hele starter og slutter med fødevarer-sikkerhed,” fortsætter hun. ”Hvis den ikke er i orden, kan alt andet være lige meget.”

Med Katrine Hvid Ellegård i spidsen nedsatte Arla Foods i sommer en tværfaglig projektgruppe, som har til opgave at udvikle oste af upasteuriseret mælk. Et centralt element i gruppens arbejde er de nyeste standarder inden for fødevarer-sikkerhed, herunder HACCP, hvor man arbejder med hele processen fra jord til bord for at sikre, at osten ikke er sundhedsfarlig at spise. Lige fra foderets kvalitet, hygiejnen og malkningen til kontrol af mælk og ostemasse i selve produktionen og videre til forbrugeren.

Ny dansk ost

HACCP-arbejdet bliver på den måde grundlaget for, om Arla Foods i den sidste ende får Fødevarestyrelsens godkendelse til at producere ostene. Og dermed også om andre mejerier i Danmark går i gang med en produktion af oste af upasteuriseret mælk. Arla Foods har fra projektets start meldt ud, at selskabet vil stille erfaringer og viden til rådighed for de mejerier, der er interesserede – og flere mejerier har allerede udvist interesse herfor.

Det skarpe fokus på fødevarer-sikkerheden betyder dog langt fra, at projektet kun handler om at fremstille sikre oste af rå mælk. Selve ideen til projektet udspringer af det såkaldte ’kokkeprojekt’, hvor Arla Foods i samarbejde med førende danske



Ostemester John Jensen og forskningskoordinator Katrine Hvid Ellegård ved en af ostetankene på Arla Foods' forsøgsmejeri, hvor man i den kommende tid går i gang med at udvikle oste af upasteuriseret mælk.

kokke udvikler mejeriprodukter i gourmet-klassen.

”Vores ambition er at lave en ost med kvaliteter på højde med de bedste i verden, noget som virkelig vækker opsigt og er attraktivt for topkokkene. De efterspørger unikke produkter med velsmag, og det er det, vi går efter. Vi vil skabe en helt ny dansk ost.”

Lærerigt fransk visit

Projektgruppen bruger gårdmejeriet Hinges flerårige erfaringer med at lave oste af upasteuriseret mælk. Derudover har man som et led i en omfattende research været en tur i ’rå-mælksostens fædreland’ Frankrig for at besøge fire ostemejerier. Med på turen var også ostemester *John Jensen*, Arla Foods' forsøgsmejeri.

”Turen til Frankrig var fantastisk lærerig”, fortæller han. ”Vi lærte at skille tingene ad og fandt ud af, hvad der virkelig betyder noget. Og det er først og fremmest mælken. Kvaliteten af mælken – smagen, bakteriefloraen – skal være helt i top, hvilket igen betyder, at køernes foder også har stor betydning. Køens liv bliver så at sige afspejlet i mælken.”

”Lidt skematisk kan man sige, at mælkenes kvalitet er 80 pct. mens mejeristen kan påvirke 20 pct.,” fortsætter John Jensen. ”Det betyder ikke, at mejeristen ikke spiller en vigtig rolle. På grund af den naturlige bakterieflora er der rent ud sagt meget mere spræl i en upasteuriseret mælk. Man skal være over den hele tiden og både

følge mælken hen over året og hver dag i ostekarret.”

”Som mejerist synes jeg, det er et rigtig spændende projekt. Det er ligesom at starte forfra – alt skal læres på ny. Men nu ved vi, hvilke knapper vi skal skrue på i produktionen, hvordan temperaturen skal være, og hvor lang tid de forskellige processer skal have.”

Nyt mejeri

På Arla Foods' forsøgsmejeri i Brabrand begynder man for alvor at skrue på knapperne med den upasteuriserede mælk i starten af 2006. En af de store udfordringer bliver at finde en malkevægsbesætning, der kan levere mælk af den helt rigtige kvalitet. Derefter vil der sandsynligvis gå et års tid eller to med at afprøve forskellige produktioner, sideløbende med at kokkene bedømmer de færdige oste.

Hvor ostene til sin tid skal produceres, tør Katrine Hvid Ellegård ikke spå om.

”Men det bliver helt sikkert ikke i et hjørne af Taulov. Osten skal have sit eget sted, og ikke mindst af hensyn til fødevarer-sikkerheden skal det være et sted, hvor der ikke bliver produceret andet. Så det bliver nok på et nyt mejeri.” ■

Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk

HACCP står for Hazard Analysis of Critical Control Points og er en metode, hvorved man finder de steder i produktionen, hvor risici kan styres. Systemet er udviklet af den amerikanske rumfartsorganisation NASA. Der er udbygget et globalt certificeringssystem efter HACCP.

Koens livret i nyt logo

Nye tegn. Kløverblomsten er fremtidens logo for Mejeriforeningen.

Mejeriforeningen starter 2006 med lanceringen af et nyt og frisk logo. Og hvad er mere naturligt end at bruge en af malkekoens livretter i logoet for vores organisation?

Med kløverblomsten som vignet og organisationens navn skrevet i en moderne og enkel skrift understøtter det ny logo vores ønske om at fremstå som en moderne og tidssvarende organisation.

Logoskiftet skal ses i sammenhæng med den kommunikationsstrategi, vi i organisationen har arbejdet med gennem de seneste år. Med nye medier i form af elektroniske nyheder, magasinet & mælk og ikke mindst branchebladet **mejeri**, har vi udvidet vores kommunikation med såvel branchen som med omverdenen i form af medier, meningsdannere og forbrugere.

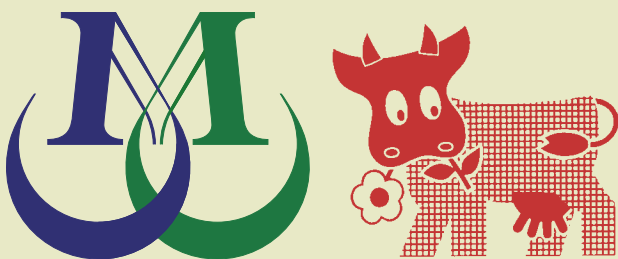
Det ny logo er enkelt, moderne og let at indarbejde i aktuelle sammenhænge. Det vil fremover optræde med en kløverblomst som vignet. Men det vil også blive brugt i sammenhænge, hvor vi udelukkende bruger navnet 'Mejeriforeningen' som logo. Specielt i forbindelse med kommunikation, som omfatter hele kvægsektoren, hvor Mejeriforeningen og Dansk Kvæg fremover vil optræde i et samlet logo. ■

Turid Fennefoss Nielsen, tfn@mejeri.dk



Helt enkelt. Med kløverblomsten som vignet og organisationens navn skrevet i en moderne og enkel skrift skal det nye logo understøtte Mejeriforeningens ønske om at fremstå som en moderne og tidssvarende brancheorganisation.

Gamle kendinge



Med indførelsen af vores kløverblomst-logo tager vi hermed afsked med logoet til venstre. Det blev tegnet af Finn Hjernøe i 1997. Finn Hjernøes mor, Grete Rich, tegnede i øvrigt Mejeriforeningens nok bedst kendte logo, nemlig koen Karoline, i 1958. Karoline er dog ikke helt gået i glemmebogen, idet koen stadig kan findes på enkelte mejeriprodukter, især til eksport.

mejeri



www.anugafoodtec.com



THE FUTURE OF TECHNOLOGY

CROSS CULTURE • CROSS TECHNOLOGY • CROSS CATEGORY

Anuga FoodTec – tyngdepunkt på: Technology for Dairy Products

Køln, 4. 4. – 7. 4. 2006

De bedste teknikker til innovation!

Mælkebranchen er yderst dygtig til innovationer.

Derfor er fleksible produktionslinier, som hurtigt betaler sig selv hjem, yderst vigtige. Dem finder du på Anuga FoodTec i produktområdet „Technology for Dairy Products“ – på verdens førende messe for den samlede levnedsmiddel- og drikkevareindustri. Messens enestående cross-over-koncept samler alle aspekter indenfor produktion, påfyldning, emballage og distribution. Benyt dig af disse synergier. Og få succes med de nye fremtidsorienterede løsninger: Besøg Anuga FoodTec i Køln.

Ønsker du yderligere information? Kontakt:

Intermess ApS

Tlf. 45 50 56 55, Fax 45 50 50 27

info@intermess.dk



Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft e.V.



we energize your business

Polsk ostehandel

Efter en lidt tøvende start er Danmarks samhandel med de nye EU-lande for alvor ved at komme i omdrejninger. Og som det fremgår af statistikken øverst på siden er det ikke mindst ost, der handles med. Fra 2004 til 2005 er den danske eksport af ost til de '10 nye' således fordoblet. Importen af ost til Danmark derfra er mere end 10-doblet, men fra et relativt lavt niveau. I rene tal er balancen absolut i Danmarks favør.

Polen fylder markant mest i handelsesregnskabet. Det skal dog for en ordens skyld tilføjes, at en stor del af den polske import er ost fra Arla Foods' mejeri i Polen, som forarbejdes i Danmark for at blive sendt videre ud på andre europæiske markeder.

Stik imod alle forventninger forsætter mælkeproduktionen med at falde i New Zealand, som det fremgår af tabellen til højre. Produktionsfaldet kan medvirke til at minimere et ventet prisfald på verdensmarkedet for mejeriprodukter. ■

Danmarks samhandel med de nye EU-lande (ton)										
	Konsummælk ¹		Ost		Smør		SMP		WMP	
	Jan. - Sep.		Jan. - Sep.		Jan. - Sep.		Jan. - Sep.		Jan. - Sep.	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
<i>Eksport</i>										
Til Polen	91	62	957	2.756	114	108	0	80	0	214
Til EU10 i alt	236	179	2.185	4.351	227	232	15	152	1	214
<i>Import</i>										
Fra Polen	121	961	271	3.394	0	0	0	56	0	35
Fra EU10 i alt	148	1.118	290	3.479	599	0	44	248	0	35

Kilde: Danmarks Statistik inkl. reeksport

¹ Mælk og fløde (< 2 liter), fermenterede produkter, yoghurt og kakaomælk

Mejeriproduktion i Australien og New Zealand									
									05/06 i %
Australien	(juli-år)	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06 ¹	af 04/05	
Mælkeindvejning	mia. kg	10,9	11,6	10,6	10,4	10,4	10,8	4%	
Smør	mio. kg	172	178	149	132	131	130	-1%	
Ost	mio. kg	376	431	368	381	376	395	5%	
SMP	mio. kg	265	261	215	182	187	195	4%	
WMP	mio. kg	183	218	200	203	189	200	6%	
									05/06 i %
New Zealand	(juni-år)	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06 ¹	af 04/05	
Mælkeproduktion	mia. kg	13,2	13,9	14,3	15,0	14,4	14,1	-2%	
Smør + smørolie	mio. kg	353	360	358	390	345	335	-3%	
Ost	mio. kg	289	311	285	308	300	295	-2%	
SMP	mio. kg	251	245	300	294	250	240	-4%	
WMP	mio. kg	515	540	615	658	650	642	-1%	

¹ Estimerede tal. Kilde: ABARE, USDA & ZMP

Markedsorientering

Kortvarig støtte til mere eksport

Aftale. Udvidelsen af EU giver ret til øget eksport med støtte.

EU får ret til at eksportere større mængder med eksportstøtte. Det er resultatet af mere end et års forhandlinger i WTO som følge af EU-udvidelsen med de 10 nye medlemslande – de såkaldte artikel 24.6-forhandlinger. I 24.6-forhandlingerne er der sket en justering af EU's rettigheder og forpligtelser vedrørende henholdsvis eksport og import som følge af udvidelsen. Den største stigning kommer til at ske for skummetmælkepulver og kategorien 'andre', der bl.a. omfatter sødmælkepulver, men der er også pæne mængder for ost og smør.

Mere smør fra New Zealand

Også de mængder mejeriprodukter, EU skal importere, forhøjes, her er mængderne imidlertid langt mere beskedne. Den mest markante stigning er for smør, der stiger med 1.360 ton til 11.360 ton for alle lande og med 735 ton til 77.403 ton fra New Zealand.

Aftalerne er endnu ikke underskrevet,

men det ventes at ske, så aftalen kan træde i kraft senest 1. juli 2006 – det vil sige ved starten af næste GATT-år. Dog er der forlydender om, at den øgede smørkvote til New Zealand implementeres allerede pr. 1/1-2006.

Lav udnyttelse af de nuværende eksportlicensmængder

Hvis man ser på den hidtidige udnyttelse af eksportlicenserne – dvs. eksport med eksportstøtte – i indeværende GATT-år, der løber frem til juni 2006, har den ligget lavere end de foregående år til trods for, at der nu er 25 lande om at fordele mængderne. Specielt for skummetmælkepulver og andre mælkeprodukter har udnyttelsen i de første fem måneder af GATT-året været på under 75 pct.

Udfasning af eksportstøtten i 2013

Eksportstøtten fylder stadig meget i eksportørernes hverdag, men eksportstøtten udgør i dag en langt mindre andel af den samlede eksportværdi af danske mejeriprodukter end tidligere. Således er forventningen, at den samlede eksportstøtte til danske mejerier i 2005 vil være på ¼ af, hvad den var tilbage i midten af 1990'erne.

På sigt må erhvervet også indstille sig på et liv uden eksportstøtte. På WTO-topmødet i Hongkong blev det besluttet, at eksportstøtten skal udfases senest i 2013. Det vil sige, at mejerierne har otte år fra nu eller fem år fra den forventede ikrafttræden af en fuld WTO-aftale i 2008 til at tilpasse produktionen og afsætningen til de nye vilkår. ■

Kirsten Pedersen Due, kpd@mejeri.dk

Forhøjelse af GATT-mængde med rettighed til eksportrestituer (ton)		
	Forhøjelse	Ny eksportlicensmængde
Smør	12.300	411.600
Skummetmælkepulver	50.900	323.400
Ost	10.400	331.700
Andre	47.800	1.008.900

Mejerinoter

Indland



Feta-sagen er formentlig helt forbi. Et skud mere var der i bøssen, da EF-Domstolen sidst i oktober afgjorde feta-sagen til fordel for Kommissionen og gav Grækenland eneret til feta-navnet. Den sag var nemlig anlagt af den danske og den tyske stat. Men Mejeriforeningen havde også sin egen sag, som Retten nu har afgjort:

”Retten afviser sagen, idet man ikke tillægger os søgsmålskompetence,” fortæller afdelingschef **Hans Bender** fra Mejeriforeningens Bruxelles-kontor.

Beslutningen skyldes, at Retten har strammet op på, hvem der må anlægge sager. Det gælder nu kun dem, der er direkte og individuelt berørt. De danske producenter er nok direkte berørt, men da de er flere, er de ikke individuelt berørt.

”Retten's kendelse kan ankes, og det er nu op til Mejeriforeningens bestyrelse at overveje, om indsatsen er for stor i forhold til den mulige gevinst. Det vil næppe tjene noget formål at anke sagen, så jeg tror, vi vil tage kendelsen til efterretning og erkende, at feta-sagen nu er endegyldigt afsluttet og tabt,” konstaterer Hans Bender.

Jens Bigum er blevet udpeget som ny bestyrelsesformand for Chr. Hansen.

”**Non-dairy**”-drikke som rismælk, soya-mælk og havremælk vinder større indpas

hos danskerne. Fødevarermyndigheden Urtekram melder ifølge avisen Ingeniøren om 20 pct. stigning i salget af de alternative mælkedrikke.

Mælk skal være at finde i daginstitutionerne. Det mener et overvældende flertal på 93 pct. af de 1.213 danskere, som

Det må jeg sige, venner, det her smør fra Aabybro bliver man sgu høj af. Jeg må have justitsminister Lene Espersen i samråd; dette produkt skal ind under narkotikalovgivningen, for det er stærkt vanedannende!



Vi har en vinder. Dommerne har voteret, og en endegyldig beslutning er truffet. Vinderen af **mejeris** julekonkurrence er Alice Hansen fra Aabybro. Hun fandt på den lokalpatriotiske taleboble, som er afbildet ovenfor, og belønnes helt fortjent med to flasker rødvin, som er på vej til det nordjyske.

DanmarksBarometret har adspurgt. En undersøgelse foretaget af UdviklingsForum for Mejeriforeningen viser imidlertid, at hver fjerde børnehave ikke serverer mælk til frokost.

Den økologiske mejeriekспорт har det ikke for godt. Værdien af eksporten er faldet fra 144 mio. kr. i 2002 til 70 mio. kr. i 2004, viser nye tal fra Danmarks Statistik.

Lurpak går på nettet. På hjemmesiden www.lurpak.com vil der kunne hentes madposkrifter med Lurpak som ingrediens.

Udland

Arla Foods har fået godkendt sødestoffet tagatose af de britiske fødevarermyndigheder. Dermed kan stoffet nu sælges i hele EU, skriver dagbladet Børsen.

Slovakiet er med gennemsnitligt 150 malkekøer pr. bedrift det land i EU med de største kvæggårde. Et andet af EU's nye medlemslande, Litauen, er det land med de mindste bedrifter. I Litauen er der blot tre køer pr. bedrift. Det skriver JyskeVestkysten.

Franske Lactalis har indgået en joint venture-aftale med multinationale Nestlé. Dermed bliver det franske selskab ifølge LandbrugsAvisen en alvorlig konkurrent til Arla Foods på det europæiske marked.

En spansk undersøgelse har påvist, at indtagelse af skummetmælk i forbindelse med kosten kan halvere risikoen for højt blodtryk.

Amerikanske skolebørn skal lære at drikke skolemælk. Et lovindgreb skal mindske forekomsten af aftaler, hvor sodavandsproducenter nærmest har monopol på salg af drikkevarer i skolerne. I øjeblikket drikker amerikanske børn tre gange så mange læskedrikke som mælk.

Læs flere nyheder fra Mejeriforeningens hjemmeside, www.mejeri.dk/nyheder.

Totalløsninger for mælkepulver- fabrikker

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

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

Vi sikrer en komplet og driftsikker
proceslinie af uovertruffen kvalitet,
fra mælkeindtagelse og lagring over
pasteurisering, inddampning og
spraytørring til transport, lagring og
pakning af det færdige pulver. Så lad
være med at tage chancer - vælg én
sikker procesleverandør. Vælg Niro.

*Niro er førende på verdensmarkedet inden
for industriel tørring med sin kerneteknologi:
spraytørring, frysetørring og fluid bed
tørring. Niro selskaberne er en del af Process
Engineering Division i GEA Group.*



GEA Niro A/S

A company of GEA Group

Niro A/S • Gladsaxevej 305 • Postboks 45 • DK-2860 Søborg • Danmark
Tel: +45 39 54 54 54 • Fax: +45 39 54 58 00 • food.dairy@niro.dk • www.niro.com