

mejeri

Mælk i byretten



2 **Turbulens** | 3 **Afsked** – Kaj Ole Pedersen takker af | 4 **Antibiotika** – Kontrollen skærpes. **Mejeriforum** – Folkelighed i Kbh.
6 **Højteknologisk håndværk** – Ost i små kar | 8 **Arla i Kina** – Verdens største pulvermarked
9 **Tema: Konkurrencesagen** | 13 **Boykot** – Danske mejerier ramt | 14 **Statistik** | 15 **Noter**



Det sker

27.-28. februar

Dansk Kvægs kongres
Herning Kongrescenter

9. marts

Bestyrelsesmøde i Dansk Kvæg
Mejeriforeningen, Århus

20.-23. marts

World Championship Cheese Contest
Madison, WI, USA
www.wischeesemakersassn.org

29. marts

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

4.-7. april

Anuga FoodTec
Köln, Tyskland
www.anugafoodtec.com

12. april

Bestyrelsesmøde i Dansk Kvæg
Landscentret, Skejby

10.-14. maj

Cheese World 2006
München, Tyskland
www.cheeseworld.de

11. maj

Bestyrelsesmøde i Dansk Kvæg
Kødbranchens Fællesråd, Kbh.

17. maj

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

30. maj

Generalforsamling i Mejeriforeningen
Radisson SAS, Århus

13. juni

Bestyrelsesmøde i Dansk Kvæg
Mejeriforeningen, Århus

28. juni

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

15. august

Bestyrelsesmøde i Dansk Kvæg
Landscentret, Skejby

12. september

Bestyrelsesmøde i Dansk Kvæg
Mejeriforeningen, Århus

18. september

Bestyrelsesmøde i Mejeriforeningen
Århus

21.-23. september

EDA Generalforsamling
København

Turbulens

'Turbulent mælkemarked' hedder en artikel på side 9 i herværende blad. Den handler blandt andet om de kriser, Hirtshals Andelsmejeri gennemlevede tilbage i 2003, da først Dansk Supermarked og siden Metro meldte mejeriets produkter ud af hylderne. Begivenhederne på mælke markedet dengang er en vigtig brik i den konkurrencesag mod Arla Foods, som startede i Århus Byret i januar. **mejeri** var med på tilhørerbænken, og i denne måneds tema forsøger vi at samle de vigtigste brikker i en sag, der er uden sidestykke i mejeribranchen.

Nutiden er ikke mindre turbulent, må man konstatere med fare for at sammenligne noget, der ikke kan sammenlignes. I skrivende stund breder boykotten af danske mejeriprodukter sig i Mellemøsten. En komplet vanvittig og grotesk situation, som er intet mindre end en katastrofe for de danske mejerieksportører. Solide markeder bygget op over årene forsvinder på ganske få døgn, uden at de ramte mejerier kan gøre meget andet end at håbe på, at de værste anelser ikke holder stik.

Vi samler op på begivenhederne og historien bag den danske mejerieksport til Mellemøsten - vel vidende, at begivenhederne kan have overhalet os, inden bladet forlader trykkeriet.

I vores egen lille organisationsverden blev vi også en smule turbulente, da nyheden om Kaj Ole Pedersens snarlige fratræden fra formandsposten tikkede ind. Efter syv år som formand for Mejeriforeningens bestyrelse og 18 år i danske mejeribrugs top siger han nu farvel. Som Mejeriforeningens adm. direktør Ole Willemann udtrykker det i artiklen på næste side: "I Mejeriforeningen har vi haft et fremragende samarbejde med Kaj Ole Pedersen, og jeg er ked af, at det nærmer sig sin slutning." ■

Solide markeder bygget op over årene forsvinder på ganske få døgn, uden at de ramte mejerier kan gøre meget andet end at håbe på, at de værste anelser ikke holder stik.



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 uop-
fordret kan ikke forventes
returneret.

ISSN 1604-1259



Foto: Christian Asbøl

Farvel til dansk mejeribrug efter 18 år

Afsked. Kaj Ole Pedersen forlader posten som formand for Mejeriforeningen.

Når Mejeriforeningen den 30. maj 2006 holder generalforsamling, skal der findes en ny formand for organisationen. 63-årige *Kaj Ole Pedersen*, som har beklædt posten gennem de seneste syv år trækker sig, efter at han ikke blev genvalgt som formand for Region Nord i Arla Foods ved regionsvalget mandag den 30. januar.

"Tiden var åbenbart kommet til et generationsskifte i den nordlige," siger Kaj Ole Pedersen om valgnederlaget.

Efter 18 år i dansk mejeribrugs absolutte top har Kaj Ole Pedersen, der erstattes af *Torben Myrup* som formand for de nordjyske Arla-leverandører, dog ikke ligefrem noget imod, at tempoet sættes lidt ned.

Aktiv formand

Han har aldrig sparet på kræfterne i mejeribranchen, hvor han er kendt som en markant person i Arlas bestyrelse og som en særdeles aktiv formand for Mejeriforeningen, samtidig med at han

sidder i Landbrugsraadets Præsidium og er næstformand i Dansk Kvæg. Her ud over er Kaj Ole Pedersen medlem af bestyrelsen i Steins Laboratorium og medlem af en række udvalg og råd.

"Jeg er jo over 60 år, så der er ikke noget mærkeligt i, at nogen ønsker fornyelse. Men jeg er glad for, at jeg i min hjemlige mejerikreds, Hjørring-kredsen, fik et rigtigt godt valg i sidste uge og i det kommende år fortsat skal repræsentere kredsen i Arla Foods' repræsentantskab.

"Det er ikke noget chok for mig, at jeg efter generalforsamlingen i maj ikke skal sidde ved bordenden i Mejeriforeningens bestyrelse. I min tid har vi truffet mange beslutninger, der har præget hele branchen og sat mange spændende ting i gang. Ikke mindst etableringen af Dansk Kvæg, som er blevet en succes, der fungerer, som det var tænkt," siger Kaj Ole Pedersen.

Nye kræfter

Første skifte sker i Arlas bestyrelse, hvor den nyvalgte formand i Region Nord straks overtager posten. I maj forlader Kaj Ole Pedersen så Mejeriforeningens bestyrelse og andre bestyrelser og udvalg, som han er valgt til af Mejeriforeningen.

"Der sker mange ting lige nu i branchen, og så er det godt, at der kommer nye kræfter til, som kan tilføre dansk mejeribrug energi og nytænkning. Jeg byder *Torben Myrup* velkommen i en spændende branche, hvor der altid er udfordringer og muligheder," siger Kaj Ole Pedersen.

I Mejeriforeningen kommenterer adm. direktør *Ole Willemann* Kaj Ole Pedersens fratræden på følgende måde:

"I Mejeriforeningen har vi haft et fremragende samarbejde med Kaj Ole Pedersen, og jeg er ked af, at det nærmer sig sin slutning. Nu får vi en ny formand, og jeg er sikker på, at vi på alle måder kan fortsætte det gode og frugtbare samarbejde med ham, når han er på plads efter generalforsamlingen." ■

Turid Fennefoss Nielsen@mejeri.dk

MEJERIFORENINGENS KREDSMØDER AFHOLDES I NOVEMBER

Det er ikke kun Mejeriforeningens Generalforsamling, der holder flyttetag i kalenderen.

Organisationens kredsmøder afholdes i år på følgende dage i november:

21.: Herning, 22.: Kolding og den 23. i Ålborg.

Kontrollen skærpes

Antibiotika. Mejerierne kasserer for meget mælk med antibiotikarester. Derfor skærper man nu kontrollen hos mælkeproducenterne.



Danske mejerier må hvert år kassere mælk for adskillige millioner kroner. Det skyldes, at kontrollen for antibiotikarester i den indvejede mælk er særdeles effektiv. Fines blot det mindste spor af antibiotika, kasseres hele indholdet af den silo, som den dårlige mælk er blevet blandet i. Adskillige tusinder kilo mælk bliver dermed værdiløse for mejeriet som følge af, at en enkelt landmand har lavet en fejl.

Selvom landmanden hele tiden har fået en straf i form af manglende afregning for to dages mælkelevering og bod på 3.000 kr., står disse bøder på ingen måde i forhold til mejeriets tabte indtægter på den kasserede mælk. Derfor skærpes kontrollen nu, så mælkeproducenterne kontrolleres en gang om ugen i stedet for hver 4. uge. Ligeledes sættes bøderne klækkeligt op, såfremt forseelsen gentager sig en eller flere gange i det efterfølgende år.

“Det er menneskeligt at fejle. Men gentager fejlen sig flere gange, tyder det på manglende fokus på problemet, og så er det i orden, at hammeren falder. Og fra udenlandske kolleger har vi indtryk af, at det er muligt at nedbringe mæng-

den af fejlleverancer,” siger *Jørgen Hald Christensen*, afdelingschef for Kvalitet og Fødevarerikkerhed. Han påpeger samtidig, at rådgivningsindsatsen over for landmændene intensiveres både som et frivilligt tilbud og som en tvungen foranstaltning ved flere overtrædelser.

Bedre mælkekvalitet

Også i andre sammenhænge tyr mejerierne til gulerod og stok for at få den bedste mælkekvalitet, da man med fradrag og tillæg i afregningssystemet har formået at skabe en gunstig udvikling i både celle- og kimtal.

“Derfor er det også logisk at omlægge kontrollen, så vi fokuserer mindre på kim og mere på antibiotika. Det er en fornuftig prioritering af de ressourcer, som vi bruger på kontrol,” siger afdelingschefen med henvisning til, at kontrollen for kimtal nedsættes til hver anden uge mod den nuværende ugentlige kontrol.

Fælles fodslag

Beslutningen om øget kontrol og skærpede bøder blev truffet i Mejeriforeningen

før jul samtidig med, at Arla Foods vedtog tilsvarende regler som en del af Arlagården.

“Det er positivt, at der fortsat er fælles fodslag i mejeribrugets i bestræbelserne på at få den bedste råvare. Dermed har branchen også de nødvendige forudsætninger for at kunne flytte mælk mellem mejerierne”, siger *Jørgen Hald Christensen*. ■

Lars Winther, lwi@mejeri.dk

FAKTA OM kontrol for antibiotika

- Pr. 16. januar er kontrollen for antibiotika øget til en gang ugentlig ved hver leverandør.
- Analysen af samtlige silotanke på mejerierne fortsætter uændret. Samtidig med at kontrollen hos landmanden intensiveres, ophører de nuværende samlingsprøver fra hele tankbilen.
- Ved første fund pålægges landmanden en bod svarende til to dages mælkeleverance plus en bod på 3.000 kr.
- Ved flere fejl inden for et rullende kalenderår fordobles boden til værdien svarende af fire dages leverance og 6.000 kr. Endvidere pålægges et obligatorisk rådgiverbesøg.
- Ved tredje og efterfølgende fund inden for et rullende kalenderår fordobles alle sanktioner igen. Endvidere afhentes mælken i separat tankbil i 14 dage på leverandørens regning.

Landsmejeriudstilling for alle

LMU til KBH. Landsmejeriudstillingen flytter i år til København og ændrer fuldstændigt karakter fra branchemesse til folkeligt ‘Mejeriforum’ for forbrugere.

“Mejeriforum bliver en skelsættende begivenhed, fordi vi for alvor får udbredt kendskabet til mangfoldigheden i dansk mejeribrug og kommer i dialog med

forbrugerne,” mener *Sven Ålborg*, der er sekretær for Landsmejeriudstillingen,

Udstillingen afholdes i år for første gang i København, og i samme ombæring skifter den navn til ‘Mejeriforum’. Arrangementet løber af stablen i Forum den 13.-15. oktober. Landsmejeriudstillingen har hidtil været mejeribranchens fagmesse, men nu bliver udstillingen også en folkelig begivenhed, hvor forbrugere i alle aldre inviteres til at se, røre, smage, spørge og deltage i en lang række aktiviteter, bl.a. kurser i at smage og bedømme mejeriprodukter samt naturligvis mejeriernes præsentationer og salg af produkter.

“Ved at bruge navnet ‘Mejeriforum

– Landsmejeriudstilling for alle’ får vi nogle gratis signaler med i købet, fordi Forum i forvejen lægger tag til fx Bogforum og Børnekulturforum. Så københavnernes er vant til, at forum betyder ‘kom og se i Forum’,” forklarer *Sven Ålborg*.

Han påpeger, at slår man op i en ordbog, er ‘forum’ en forsamling, hvor en vigtig sag, som har offentlighedens interesse, fremstilles eller diskuteres. Udstillingen har desuden fået et nyt logo, hvor M’et ligner en ko, der skal virke børnevenlig og indbydende. Og inden længe etableres en særlig hjemmeside, hvor man løbende kan følge planerne og programmets udvikling. ■

Karen Grønkjær Kjeldsen, kgk@mejeri.dk



MED INDBYGGET SMIL...



Tlf. 87 43 51 00 · info@elopak.dk · www.elopak.dk
Kvalitetsemballage og totale emballagesystemer til mejerier og fødevarerproducenter


ELOPAK
DENMARK

Højteknologi giver plads til håndværk

Robotter. "Osten bliver ikke bedre af, at man står ødelægger ryggen hen over karret," lyder det fra Arla Foods Høgelund Mejeri, som producerer prisvindende blu-oste på et topmoderne anlæg til 222 mio. kr.



Ost i små kar. Produktionsforvalter Poul Møller Jensen undersøger kvaliteten af ostemassen i et af de mange små ostekar på Arla Foods Høgelund Mejeri.

På mejerichef *Stig Olesens* kontor hænger en serie luftfotografier, der viser, hvordan et lille landmejeri med den karakteristiske høje, murede skorsten gennem årene bygges ud for til sidst at blive oplugt af store, moderne produktions- og lagerbygninger. Skorstenen bliver stående, men undervejs forsvinder et par af de nærliggende gårde, som tilbage i 1889, længe før det første luftfotografi, grundlagde mejeriet under navnet 'Fremtidslykke'. I dag hedder det Arla Foods Høgelund Mejeri, og når den seneste udvidelse engang bliver forevigt, vil mejeribygningen fra 1889 træde frem i forgrunden igen. Efter en gennemgribende renovering bliver den hjemsted for mejeriets administration, besøgstjeneste og et lille museum.

Resten af mejeriet bliver næppe til at kende igen. Siden sommeren 2002 er der tilbygget 12.500 m² lager og produktion. Samlet pris: 222 mio. kr.

Den største forandring vil dog ikke fremgå af luftfotografiet. Hvor man på Høgelund Mejeri tidligere producerede blue-oste i lukkede ostetanke på 17.000 liter, anvendes i dag åbne kar på 500 liter. Som små tipvogne trækkes 183 små, hvide plastkar kontinuert og uendeligt langsomt gennem det lyse og højloftede osteri. Undervejs sørger industrirobotter for at tilsætte syrningskultur og løbe, skære koaglet og røre i ostemassen. Den videre proces gennem klimatunnel, saltkar, prikning og frem til modningen i de klinisk rene lagerrum kører stort set lige så gnidningsfrit og automatisk.

Det kunne lyde som om, mejeristerne er afskaffet på Høgelund Mejeri. Men det er langt fra tilfældet.

"De har bare fået mere tid til selve mejeristhåndværket. Tid til at kontrollere ostemassen, smage, lugte og føle konsistensen. De sidder ikke og gemmer sig i et kontrolrum, men arbejder nede på gulvet, hvor osten bliver til," forklarer mejerichef Stig Olesen og tilføjer: "Man får ikke bedre oste af, at man står og ødelægger ryggen ind over karret."

Påbud fra Arbejdstilsynet

Det var på sin vis risikoen for ødelagte rygge, der satte det hele i gang. Arla Foods fik for nogle år tilbage et påbud fra Arbejdstilsynet om at gøre noget ganske alvorligt ved de mange tunge løft på blue-mejerierne Høgelund og Grenå. Påbuddet var en medvirkende årsag til, at selskabet besluttede at nedlægge Grenaa Mejeri og flytte produktionen til Høgelund, som her efter skulle udvide sin produktion fra 6.000 til 11.000 ton om året. Planerne voksede til

et stortilet moderniseringsprojekt med robotteknologi, stærkt forbedret logistik, bedre internt miljø og hygiejne og en samlet produktionskapacitet på 15.000 ton.

Fransk inspiration

Selve ideen til at omlægge produktionen til små ostekar kom et helt andet sted fra.

"Den opstod ved lidt af et tilfælde," fortæller Stig Olesen. "For nogle år tilbage var vi en tur i Frankrig for at se på osteproduktion. På det tidspunkt havde vi egentlig bestemt os for at fortsætte med store kar i det moderniserede mejeri, men Frankrigsturen fik os på andre tanker."

"Problemet med at producere i store kar er, at der typisk er en forskel på 2 pct. i vandindholdet i den første og den sidste ost. De første oste er lidt sylrlige og våde, mens de sidste er lidt tørre. Ostene i midten er rigtig gode. I de små, åbne kar kan du få et meget mere ensartet koagel, hvis du eller sørger for at skære det på den rigtige måde. Ostene fra de små kar er med andre ord lige gode alle sammen."

"Vi er de eneste i Danmark, som producerer i små, åbne kar, men i Frankrig er de meget udbredte. På de franske mejerier laver de ikke om på noget, før de har noget bedre. Det kan man kun respektere dem for. De går ikke på kompromis. Vi tror, vi er dygtige i Danmark, men de er meget skarpe i Frankrig – de har det der ekstra touch," siger han.

Ambition: Verdens bedste ost

Fransk inspiration eller ej, så ser det ud, som om mejeristerne på Høgelund også har et ekstra touch. Mejeriet vandt verdensmesterskabet i ost i USA 1994 og modtog sidste år Mejeribrugets Gourmetpris for sin Høgelundgaard Sønderjysk Blå.

"Det er vores ambition af lave verdens bedste blåskimmelsortiment. Vi har råvaren, mejeristerne og udstyret til det. Vi har heller ikke råd til andet med det omkostningsniveau, der er i Danmark," siger Stig Olesen med et smil.

"For os handler det om at lave den bedste ost hver gang. Der er nogle, der mener, at det er et udtryk for håndværk, når ostene er forskellige. Efter min mening er det et udtryk for, at man ikke har styr på sine processer. At fremstille blåskimmeloste handler i bund og grund om at have den rigtige kultur og at kunne styre sine processer. På Høgelund har samspillet mellem mejeristhåndværket og den nye teknologi helt klart givet os nogle flere parametre at justere på i processen. Når mejeristen hver eneste dag smager, lugter, føler og skærer i osten, bliver det til sidst



Modernisering. Mejerichef Stig Olesen foran den gamle mejeribygning fra 1889, der i fremtiden skal rumme mejeriets reception og administration.

objektivt. Jeg tror ikke på held eller uheld i osteproduktion – jeg tror på den dygtiges held."

Det handler om selvrespekt

En af Høgelund Mejeris inspirationskilder er de topkokke, som Arla Foods samarbejder med om at udvikle gourmetoste under det såkaldte 'Innovation'-mærke. Et par af ostene fremstilles på Høgelund i meget små produktioner, som udelukkende afsættes til restauranter i den dyre ende af skalaen.

"Der er ikke det store salg i gourmet-ostene, men man skal heller ikke tænke på økonomien i det her. Vi kan lære meget af kokkene, og jeg tror, at det er vigtigt for vores selvrespekt, at vi fortsat eksperimenterer med håndværket. Ost er håndværk, og derfor irriterer det mig også voldsomt, når kokke og madskribenter kritiserer os for at lave fabriksoste. De aner simpelthen ikke, hvad de taler om. Det er nemt nok at kritisere det store mejeriselskab, men selskabet består altså af mennesker, som har en stolthed over, de produkter, de fremstiller." ■

Tekst og foto: Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk

FAKTA OM Arla Foods Høgelund Mejeri

Historie:

1989: Grundlagt af tre gårdejere under navnet 'Fremtidslykke'

1949: Mejeriet overtaget af danabl'uens 'opfinder', Marius Boel, der omlagde produktionen fra smør til blåskimmel og fast ost.

1986: MD Foods overtager mejeriet.

2002-06: Sideløbende med at produktionen oprettholdes, moderniseres og udbygges mejeriet med 12.500 kvm. lager og produktion.

Produktion:

15.000 ton blåskimmelost.

19 typer i over 100 varianter. Blandt de kendte mærker er HØNG og Rosenborg.

85 pct. af produktionen eksporteres.

Verdens største pulvermarked

Kina. En joint venture-aftale med China Mengniu Dairy sikrer Arla Foods et fodfæste på det enorme og hastigt voksende marked for mælkepulver i Kina.

Den 6. februar forlader *Ulrik Sletten* jobbet som fabriksdirektør på Arla Foods' pulverfabrik Arinco i Videbæk til fordel for en tilsvarende stilling på den anden side af jorden. På Plant no. 5 hos Arla Mengniu i den kinesiske millionby Hohhot, 300 km fra Beijing, midt på højsletten i det indre Mongoliet. Her skal han stå i spidsen for en modernisering af den mælkepulverfabrik, som Arla Foods blev medejer af, da selskabet skød 65 mio. kr. ind i et joint venture med det kinesiske mejeriselskab, China Mengniu Dairy i oktober 2005. Det kun to år gamle pulveranlæg, som er en del af et større mejeriindustrielt kompleks i Hohhot, har 422 ansatte (inkl. salg og adm.) og producerer i øjeblikket 8.000 ton deltaipakket mælkepulver om året til det kinesiske hjemmemarked.

"Vi skal i løbet af 2006 have opgraderet proces- og pakkeudstyret med det formål at kunne producere pulver af en bedre og mere sikker kvalitet. I den sidste ende handler det om at skabe en bedre forretning," fortæller *Ulrik Sletten*.

Fra 200 mio. til 500 mio. kr.

Hvor stor den forretning kan blive, er *Jais Valeur* den rette at spørge om. Den tidligere salgsdirektør for Arla Foods Ingredients blev for nylig udnævnt til adm. direktør for Arla Mengniu og har siden nytår boet og arbejdet i Hohhot.

"Nu skal vi først vise, at vi er i stand til at sælge mælkepulver af høj kvalitet til

forbrugerne, men vi har da en målsætning om at hæve omsætningen fra de nuværende 200 mio. kr. til 500 mio. kr. i løbet af de næste 5 år. Ud over den lokale produktion i Hohhot indleder vi allerede i løbet af i år en import af mælkepulver fra Danmark og Sverige til Kina. Det strategiske mål for Arla-Mengniu er, at selskabet skal udvikle sig til den førende spiller på det kinesiske marked inden for 5-10 år,"

forklarer han.



Et udsnit af China Mengniu Dairy's omfattende mejerikompleks i Hohhot på højsletten i Indre Mongoliet. Ud over Arla-Mengnuis pulvfabrik rummer komplekset et af verdens største UHT-anlæg.

Med en generel økonomisk vækst i Kina på omkring 10 pct. om året i de sidste 10-15 år, kan forbrugspotentialet hos landets 1,3 mia. indbyggere uden overdrivelse beskrives som enormt.

"Vi vurderer det totale detailmarked for mælkepulver til ca. 360.000 ton. Det er verdens største marked," konstaterer *Jais Valeur*. "Dertil kommer, at forbruget af mælkepulver pr. indbygger i Kina i dag er meget lavt sammenlignet med andre asiatiske lande i området. I øjeblikket stiger forbruget med 11 pct. om året. Det vil forsætte med at stige, selvom vi må forvente, at stigningen aftager en smule i takt med at flere og flere kinesere får råd til køleskab og lægger forbruget om til flydende mælk. Til gengæld forventer vi, at den gennemsnitlige værdi pr. kg vil stige som følge af større velstand og øget bevidsthed om fødevarerikkerhed," fortæller han.

Potentiale for mere

På papiret ligner Arla Foods og China Mengniu Dairy det perfekte match. Mens Arla Foods har sin styrke inden for produktionsteknisk knowhow, er Mengniu stærk på salgs- og logistikside med et landsdækkende distributionsnet. Det kun syv år gamle privatejede mejeriselskab har på rekordtid skabt sig en position som et af Kinas førende mejeriselskaber med 26.000 ansatte på 23 produktionsanlæg og en omsætning på 8 mia. kr. om året. UHT-mælk, yoghurt og mælkedrikke udgør 85 pct. af selskabets produktion.

På det store mejeriindustrielle kompleks i Hohhot har selskabet opført et af verdens største og mest moderne UHT-anlæg med 30-35 produktionslinjer, mens selskabet inden for yoghurt i råder over det p.t. stærkeste brand i Kina.

Spørgsmålet er, om samarbejdet mel-

lem Arla og Mengniu kan begrænse sig til mælkepulver. "Både Arla og Mengniu overvejer et udvidet samarbejde, uden at det endnu har udmøntet sig i konkrete planer," siger *Jais Valeur*.

"I Arla har vi for eksempel øje for potentialet for ost i Kina, hvor det totale forbrug kun er på 15.000 ton om året. Der ser vi nogle muligheder på sigt. Det kommer ikke i morgen, men man kan blot se på Japan, hvor man i løbet af en årrække har formået at bygge et relativt stort ostemarked op. Det interessante er, at forbruget af mejeriprodukter i øjeblikket vokser mere end den generelle vækst. Folk i Kina kan godt lide mejeriprodukter, og når indkomsterne stiger, køber forbrugerne flere mejeriprodukter."

Hård, international konkurrence

En lang række internationale mejeriselskaber investerer i øjeblikket voldsomt i Kina. Nestlé har opereret i Kina i adskillige år og er det absolut største af de udenlandske selskaber på markedet. Inden for mælkepulver kan desuden nævnes Uni-President og Numico (købte ØK Nutrition for 9 mia. i 2005). Fonterra har netop købt 43 pct. af aktierne i kinesiske San Lu Group, mens Kerry Group investerer cirka 160 mio. kr. i Kina i år. Endelig har Danone netop øget sin aktieandel hos Shanghai's Bright Star (et af Kina største mejeriselskaber) til 11,5 pct.

"Der er en konsolidering i gang, hvor alle væsentlige internationale spillere forsøger at tage positioner i Kina. Konkurrencen er hård. Også ude i detailledet, hvor store kæder som Wal-Mart, Tesco og Carrefour har etableret sig. Markedet er stort, men man får ikke noget forærende i Kina," siger *Jais Valeur*. ■

Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk



Arla-Mengniu skal være førende i Kina inden for 5-10 år, siger adm. direktør *Jais Valeur*.

Millioner på spil

I retten. Den største straffesag i dansk mejeribrugs historie kom i januar for byretten i Århus. Anklageren kræver Arla Foods idømt en bøde på over 30 mio. kr for at have misbrugt sin dominerende stilling til at presse Hirtshals Andelsmejeri ud af engroskæden Metro.

11 vidner fra Arla Foods, Metro Cash & Carry og Hirtshals Andelsmejeri har med deres udsagn på møderne fra den 10.- 12. januar leveret brikkerne til det puslespil, som anklager *Hans Jakob Folker* og forsvarer *Erik Bertelsen* forsøger at stykke sammen – udsagn som vel at mærke ikke passer sammen, og forklaringer, som har ændret sig siden politiafhøringerne i sagen i november 2004.

Anklager Hans Jakob Folker har med Konkurrenceloven i hånden nedlagt krav om en bøde til Arla Foods på ikke mindre

end 30 mio. kr. Får anklageren medhold fra dommeren, kan der løbe yderligere 50 mio. kr. på regningen til Arla Foods. I kulissen venter Hirtshals Andelsmejeri med en civil retssag med et erstatningskrav på ikke under 52 mio. kr. ifølge det nordjyske mejeris advokat, *Anker Laden-Andersen*, der har fulgt retssagen dagligt i byretten.

Arlas advokat, Erik Bertelsen, har derimod søgt om frifindelse. Og i proceduren den 19. januar argumenterede han for, at bøden maksimalt kunne blive på 200.000 – 400.000 kr.

Sikkert er det, at et møde mellem to Arla-sælgere og to indkøbere fra Metro den 2. oktober får afgørende betydning. Vidneudsagnene fra de fire deltagere har strittet i hver sin retning, og dommer *Ole Kaels* skal lægge sig fast på én af forklaringerne.

Lige så afgørende bliver dommerens tolkning af gerningsindholdet; forsvarer Erik Bertelsen har lagt op til, at det ikke kan leve op til de præmisser, som gælder for §11, som Arla Foods er tiltalt efter.



Byretten i Århus

Sikkert er det, at dommeren afsiger sin dom den 10. februar, og at denne med stor sandsynlighed vil blive anket til Landsretten.

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk

Turbulent mælkemarked

Udskiftning på hylden. Der var røre på det danske mælkemarked i 2003, hvor konkurrencesagen mod Arla Foods udspiller sig.

I løbet af sagens tre retsmøder er det kommet frem, hvordan både Arla Foods og Hirtshals Andelsmejeri har været under pres for at bevare hyldepladsen i detailhandlen.

Hirtshals Andelsmejeri, der har anmeldt sagen til Konkurrencestyrelsen, følte sig presset.

17. juni opsagde Dansk Supermarked kontrakten med virkning fra 1. april 2004. En kontrakt, som ifølge Hirtshals Andelsmejeri lagde beslag på godt 25 mio. af selskabets 30 mio. liter mælk.

Hirtshals ledte med lys og lygte efter nye kunder, og efter lang tids søgen indgik det nordjyske mejeri aftalen med Metro Cash & Carry. Men den 2. oktober – blot fire dage efter de første leverancer

29. september – røg mejeriet af hylderne igen.

“Det var katastrofalt for mejeriet,” udtalte formand *John Bak* om opsigelserne.

Senere på året underskrev Hirtshals Andelsmejeri en kontrakt med Aldi, som på mange måder reddede mejeriet.

Arla frygtede tyske leverandører

Arla Foods skuede derimod sydpå. Over grænsen, hvor man var nervøs for, at tyske mejerier stod på spring til at indtage kølediskene i de danske supermarkeder. Arla sad på 89 pct. af markedet for frisk, hvid mælk og på 81 pct. af markedet for syrnede produkter, men den tyske andel voksede i 2003 til omkring 2,5 pct. efter i flere år at have ligge på under 1 pct.

Den 22. maj indgik Arla en to-årig kontrakt med Dansk Supermarked om friskvarer. Men Dansk Supermarked sendte ifølge Arla Foods signaler om, at Hirtshals Mejeri skulle ud.

Dilemmaet var, om Arla skulle ‘overtage’ Hirtshals’ leverancer – det ville give en del postyr i forhold til konkurrencesituationen, men omvendt var alternativet, at en tysk kæde skulle komme ind.

“Vores konklusion var, at lige meget hvad vi gjorde, ville Hirtshals Andelsmejeri ryge ud. Derfor kunne vi lige så godt byde ind på de mængder i stedet for at lukke en tysk producent ind på markedet,” har divisionsdirektør *Tim Ørting Jørgensen* forklaret for retten.

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk

40 minutter i Glostrup

Vidneskranken. På et møde hos Metro den 2. oktober gav Arla Foods tilsagn om et markedsføringstilskud på 200.000 kr. Spørgsmålet er, om pengene var betaling for, at Metro skulle udmelde mælken fra Hirtshals Andelsmejeri.

Skåret helt ind benet drejer konkurrencesagen mod Arla Foods sig om, hvad der foregik på et 40 minutter langt møde på engroskæden Metros hovedkontor i Glostrup den 2. oktober 2003. På mødet deltog to sælgere fra Arla Foods og to indkøbere fra Metro. Det ligger fast, at det på mødet blev aftalt, at Arla Foods skulle betale Metro et markedsføringstilskud på 200.000 kr. til kampagneaktiviteter i forbindelse med engroskædens 40-års jubilæum det efterfølgende år. Og at Metro kort efter mødet udmeldte Hirtshals Andelsmejeris produkter af kædens fire butikker.

Men så er der heller ikke ret meget mere, der er 100 pct. sikkert.

Det er anklagerens påstand, at Arla Foods på mødet indvilgede i at betale markedsføringstilskuddet under forudsætning af, at Metro opsagde samarbejdet med Hirtshals. Arla Foods afviser at have indgået en sådan aftale.

Arla tilbød 50.000 kr.

Alle fire deltagere på mødet den 2. oktober har aflagt forklaring i retten. På flere punkter meget forskellige forklaringer. De fire personer er: Fra Arla Foods: Key account manager *Klaus Bauenmand* og business unit manager *Evald Klausen*. Fra Metro: Indkøber *Majbritt Hansen* og indkøbschef *Michael Leth*.

Det var Metro-folkene, som indkaldte til mødet den 2. oktober. Et par uger forinden havde de bedt Arlas salgsfolk om at indskyde 250.000 kr. i jubilæumskampagnen. Et forslag som Arla-folkene havde lovet at tænke over.

Ved byretten i Århus forklarede Klaus Bauenmand, at han i den mellemliggende periode flere gange blev ringet op af Majbritt Hansen, der rykkede for en tilbagemelding på Metros udspil. På et tidspunkt gav han tilsagn om, at Arla Foods ville deltage med 50.000 kr., hvilket Majbritt Hansen ifølge Klaus Bauenmand blev meget skuffet over. Kort tid inden den 2. oktober ringede Majbritt Hansen til Klaus Bauenmand



Retslokal G i Århus Byret, hvor konkurrencesagen mod Arla Foods er foregået.

og fortalte, at Metro havde meldt Hirtshals Andelsmejeri ind i kædens butikker.

"Det var en underlig måde at fortælle det på. Det er ikke praksis, at man gør den slags over telefonen," fortalte Klaus Bauenmand i retten.

Utilfredse med mælkesvind

Den 29. september begyndte Hirtshals Andelsmejeri at levere mælk til Metros fire butikker. Ifølge Majbritt Hansen var der dog så store problemer med leverancerne fra det nordjyske mejeri, at hun allerede inden mødet den 2. oktober havde besluttet sig for at melde Hirtshals ud igen. En beslutning, hun ikke fortalte om på mødet. Metro og Hirtshals havde ikke underskrevet en egentlig kontrakt på samarbejdet.

"Vi kunne se på mælkesalget, at kunderne ikke var interesserede i Hirtshals' produkter. Der var et stort svind. Samtidig havde vi i Metro fået at vide, at vi skulle finde besparelser. Derfor besluttede jeg mig for at opsige samarbejdet," fortalte hun i retten.

Hvem sagde hvad?

Om selve mødet den 2. oktober fortalte Majbritt Hansen i retten, at hun på et tidspunkt spurgte Arla-folkene, hvad Metro skulle gøre at få et større markedsføringstilskud. "I kan jo lukke Hirtshals," lød svaret fra Evald Klausen ifølge hendes vidneudsagn.

Michael Leth fra Metro havde en lidt anden version af dialogen. Ifølge ham bragte Evald Klausen emnet Hirtshals

Andelsmejeri på banen med følgende spørgsmål: "Hvordan kan I forvente at få flere penge, når I har taget andre mejerier ind?" Metro-folkene svarede, at de havde taget Hirtshals Andelsmejeri ind, fordi mejeriet i modsætning til Arla kunne levere mælken i papkasser uden pant.

Da Klaus Bauenmand herefter lovede, at Arla kunne levere mælk i papkasser, blev der indgået en aftale om mælkeleverancer og markedsføringstilskud, hvor det var underforstået, at Metro fandt "en løsning med at lukke Hirtshals ned," som Michael Leth udtrykte det. "Men det bliver ikke sagt direkte," understregede han.

Klaus Bauenmand og Evald Klausen havde en helt tredje udlægning af forhandlingerne. Ifølge deres vidneudsagn foreslog Evald Klausen på tidspunkt, at Metro-folkene kunne ringe til Hirtshals for at høre, hvad de kunne bidrage med til jubilæumskampagnen.

Kort tid efter spurgte Michael Leth, om Arla ville bidrage med et større beløb, hvis Metro udfasede Hirtshals. Et forslag, der blev afvist af Evald Klausen med ordene "Den måde ønsker vi ikke at handle på."

Uanset hvad der blev sagt, var mødet slut efter 40 minutter. Kort tid efter ringede Majbritt Hansen til salgschef *Klaus Bonde* på Hirtshals Andelsmejeri og meddelte ham, at mejeriet ikke længere skulle levere til Metro. Hirtshals' produkter havde på det tidspunkt været på hylderne i Metro i fire dage.

Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk



Kampen om lovens bogstav

Jura. Forsvarer og anklager i Arla-sagen tolker konkurrencereglerne vidt forskelligt. Domsafsigelsen afhænger i høj grad af, hvordan paragrafferne udlægges.

“Det er forbudt for en eller flere virksomheder m.v. at misbruge en dominerende stilling.”

Så kortfattet er §11, stk. ét i Bekendtgørelse af Konkurrenceloven fra 8. august 2005.

Paragraffen har været det juridiske omdrejningspunkt i retssagen, hvor Arla Foods er under anklage for at have misbrugt sin dominerende stilling over for Hirtshals Andelsmejeri.

Bygger på EU-principper

Ifølge anklageskriftet misbrugte Arla Foods sin dominerende stilling ved at tilbyde engros-kæden Metro Cash & Carry 200.000 kr. som et jubilæumstilskud, såfremt Metro bragte sin netop påbegyndte samhandel med Hirtshals Andelsmejeri til ophør.

Konkurrencelovens formål er at fremme en effektiv samfundsmæssig ressourcemandvendelse gennem virksom konkurrence til gavn for virksomheder og forbrugere. I 1998 blev loven ændret, så den i dag bygger på de samme principper som EU's konkurrenceregler, der følger EF-traktatens artikel 81 og 82.

§ 11 – ikke tidligere brugt i Danmark

Ingen dansk virksomhed har tidligere været tiltalt efter §11, som blev føjet til konkurrenceloven i august 2002. I alt er 23 sager vedrørende konkurrenceskadelig adfærd til dato givet videre fra Konkurrencestyrelsen til Statsadvokaten for Særlig Økonomisk Kriminalitet.

22 af de 23 sager bygger på Konkurrencelovens §6, der omhandler ulovlige aftaler. Sagerne har drejet sig om kartelsager og bindende videresalgsaftaler. Mest berømt er el-kartel sagen fra 2002, hvor 357 el-installatører var anklaget for at have indgået prisaftaler, der virkede skadeligt på markedet – over 200 installatører modtog bøder i sagen.

Ud af de 23 sager er de otte endt med bødestraf. Seks er henlagt på grund af bevisets stilling, i to tilfælde er de tiltalte virksomheder blevet frifundet, og endelig er der syv sager, som stadig verserer.

Dominans og misbrug

For at en virksomhed kan dømmes efter Konkurrencelovens §11, er der to præmisser, som skal være opfyldt. For det første skal virksomheden være dominerende på markedet. I Arla-sagen har både forsvarer Erik Bertelsen og anklager Hans Jakob Folker været enige om, at dette var tilfældet med Arla Foods.

For det andet skal virksomheden have misbrugt sin stilling. Og her hører enigheden op. Begge parter har støttet sig til fem punkter fra lovens vejledninger og bemærkninger i deres fortolkning – og har nået vidt forskellige konklusioner ud fra de fem vejledende punkter.

For det første skal der foreligge konkurrenceskadelig adfærd. For det andet skal handlingen eller adfærden kunne have en effekt for den/de andre parter på markedet. For det tredje skal handlingen/adfærden kunne påvirke markedet. For det fjerde skal handlingen være begået groft uagtsomt eller forsætligt. For det femte skal handlingen/adfærden være udtryk for en virksomheds politik.

Forskellige fortolkninger

De fem punkter kan Erik Bertelsen og Hans Jakob Folker ikke blive enige om, og fortolkningerne hos de to går i hver sin retning; forsvareren mener ikke, at gerningsindholdet kan leve op til de fem punkter, mens anklageren mener, at det kan.

Da sagen ikke har nogle danske fortilfælde, har de to advokater skelet til andre europæiske sager angående misbrug af dominerende stilling. Og her gør uenigheden sig også gældende. Anklager og forsvarer lægger vægt på forskellige præmisser.

Om det bliver forsvarerens eller anklagerens fortolkninger, der bliver lagt vægt på, vil vise sig, når dommer Ole Kaels ved Byretten i Århus træffer afgørelse i sagen den 10. februar.

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk



Anklager:

Sagens **grove karakter** er afgørende

Hans Jakob Folker – anklager i Arla-sagen – er ikke i tvivl og har påstået Arla Foods dømt for at have misbrugt sin dominerende stilling til at få smidt Hirtshals af hylderne i engros-kæden Metro Cash & Carry.

Anklagemyndigheden har anlagt sag for, at Arla Foods har overtrådt Konkurrencelovens §11, stk. 1.

Den slår slet og ret fast, at en virksomhed ikke må misbruge sin dominerende

stilling. Mere konkret ordlyd har anklager Hans Jakob Folker ikke at støtte sig til, idet den konkrete overtrædelse i sagen ikke falder ind under andre af Konkurrencelovens paragraffer og uddybninger.

“I det konkrete tilfælde bliver det op til dommeren at vurdere, om gerningen falder under loven om misbrug af dominerende stilling. Det mener vi, den gør, og sagens karakter har gjort, at vi har anlagt sag efter §11. Det afgørende er Arlas stør-

relse og den betydning, som deres handling havde for markedet og for Hirtshals Andelsmejeri. Set i det lys, mener vi, det er en meget grov overtrædelse,” forklarer Hans Jakob Folker.

På grund af den grove karakter har Hans Jakob Folker krævet Arla idømt en bøde på minimum 30 mio. kr., som svarer til den højest mulige strafferamme.

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk

Forsvarer:

Gerningsindholdet lever **ikke** op til paragraffen

Arla Foods' advokat *Erik Bertelsen* mener ikke, Arla Foods er skyldig i anklagen. Han mener heller ikke, at mejerikoncernen kan dømmes for at have misbrugt sin dominerende stilling på markedet.

“For at sagen kan falde under §11, skal handlingen være en del af en politik eller en bevidst strategi. I de sager, som tidligere er blevet behandlet i EF/EU-regi, er der ikke en eneste sag, hvor en virksomhed er blevet dømt for et enkelt-tilfælde, som vi mener, det her er udtryk for,” siger Erik Bertelsen.

Erik Bertelsen mener, at sagen måske kunne have været bragt for domstolen i forhold til §6, som omhandler enkeltstående aftaler med konkurrenceskadelig virkning – ikke som en §11-sag.

Han mener desuden, at sagens omstændigheder taler for, at Arla Foods maksimalt kan dømmes i forhold til den mildeste af de tre mulige straffe-kategorier.

“I EU-regi er der ikke fortilfælde, hvor en virksomhed for et enkeltstående tilfælde har fået straffe fra den groveste kategori. Og i den her sag er der så mange andre omstændigheder, der bør formilde straffen, som efter vores mening højst kan blive på 200.000-400.000 kr.,” siger Erik Bertelsen

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk



Ankemuligheder:

Arla Foods kan automatisk anke sagen til Landsretten, hvis de taber sagen ved byretten i Århus. Tabes sagen i Landsretten, kan Arla søge procesbevillingsnævnet om en 3. instansbevilling til at få sagen bragt for Højesteret.

Anklagemyndigheden skal søge procesbevillingsnævnet om at føre sagen ved Landsretten, hvis dommer Ole Kæls frifinder Arla i Århus Byret. Anklagemyndigheden skal ligesom Arla Foods søge procesbevillingsnævnet om en 3. instansbevilling, hvis anklagemyndigheden ønsker at få sagen bragt for Højesteret.

Sagen kan ikke bringes for EF-domstolen.

Rasmus Holm Thomsen, rht@mejeri.dk

Danske mejerier hårdt ramt

Eksportstop. Boykotten af danske varer i Mellemøsten betyder et voldsomt slag mod et marked, som danske mejerier har opbygget over 40 år. Flere danske mejerier rammes hårdt.

Det er et historisk og meget betydningsfuldt marked for mejeriprodukter, der med ét slag er ved at blive tabt med Mellemøstens boykot af danske varer i striden om Muhammed-tegningerne.

Historien om salget af danske mejeriprodukter i Mellemøsten starter så småt i 1960'erne. Det danske Lurpak smør åbnede for alvor dørene til Mellemøsten for danske mejeriprodukter, og siden 1980'erne har smøreksperten ligget ret stabilt på 12.000-15.000 ton. I 2004 var eksporten på 12.800 ton.

"Vi har endnu ikke overblik over katastrofens omfang, men det er klart, at det gør ondt at miste værdien af så stærk en mærkevarer som Lurpak. Det kommer til at berøre alle de danske Lurpak-producenter, ikke bare Arla, for vi kan ikke hjembringe de indtægter på smørret, som vi havde regnet med," siger direktør Jens Refslund fra Andelssmør, som er et fælles salgsselskab for de Lurpak-producerende mejerier.

Op- og nedtur for dansk ost

Den danske osteeksport er et eventyr for sig. Eksporten voksede støt til et højdepunkt i 1984 med over 100.000 ton. Den bølgede lidt op og ned de følgende år til 66.000 ton i 1988, men var i 1991 igen på knap 100.000 ton.

Det iranske præstestyre forbød i 1995 import af feta, og i 1996 var eksporten til



Hyldeerne tømmes. Detailhandelskæder i Saudi-Arabien og i en række andre lande i Mellemøsten fjernede i slutningen af januar danske mejeriprodukter fra butikkerne. Foto: Hassan Ammar/Scanpix

Mellemøsten nede på 44.500 ton ost. Frem til i dag er eksporten faldet til knap 28.000 ton, men dertil skal lægges vegetabilsk feta, 'Combi-white', som i 2004 udgjorde ca. 22.500 ton.

Det er primært smelteost og feta, de danske mejerier afsætter til Mellemøsten. En af producenterne er Sædager Andelsmejeri, der afsætter 60-70 pct. af sin produktion til Mellemøsten.

"Vi har endnu ikke fået bekræftet, at vi overhovedet kan komme af med noget til Mellemøsten i denne uge. Det er meget alvorligt for os. Det, vi har bygget op gennem en lang årrække, er væltet," lyder det modløst fra Sædagers mejerileder Bjarne Kristiansen.

Konsekvenser for mejerierne

Sædager Andelsmejeri er forpligtet til at tage mælken fra de 14 andelshavere ind og må forsøge at producere noget andet end feta til Mellemøsten af den. Men Bjarne

Kristiansen frygter, at konsekvensen inden længe bliver nedskæringer på mejeriet. Også Nordex Food, der blandt andet producerer feta på Nørager Mejeri, har haft et stort marked i Mellemøsten. 20-25 pct. af salget går dertil, fortæller direktør Keld Pedersen.

"Vi er ved at danne os et billede af situationen, men det gør rigtig ondt på os. Vi ved jo ikke, hvor længe boykotten varer, men vi kan ikke vente i evigheder. Vi må tilpasse produktionen – det betyder nedskæringer og i sidste ende medarbejdere i overskud," udtaler Keld Pedersen.

Arla Foods har i Danmark tre mejerier, som bliver berørt af den mellemøstlige boykot: Bislev Mejeri i Himmerland, Akafa ved Herning og Holstebro Mejeri. Ud over ost og smør eksporterer danske mejerier årligt omkring 26.700 ton mælkepulver til Mellemøsten. ■

Karen Grønkjær Kjeldsen, kgk@mejeri.dk

Kort fortalt

20. januar: Religiøse ledere i Saudi-Arabien opfordrer i fredagsbønnen til boykot af danske varer.

23. januar: Det saudiske ministerråd fordømmer 'tilsmudsning af profeten Muhammed'.

25. januar: Liste over virksomheder med dansk ejerskab udsendes. En effektiv e-mail- og sms-kampagne flourer blandt arabiske forbrugere.

26. januar: De fire største detailkæder i Saudi-Arabien smider Arlas produkter ud.

29. januar: Boykotten har bredt sig til Kuwait, Qatar, Bahrain og De Forenede Arabiske Emirater og fortsætter hastigt til hele Mellemøsten samt Libyen, Marokko, Tunesien og Egypten.

30. januar: Arla lukker produktionen på anlægget i Riyadh og udskyder udvidelsen af mejeriet på ubestemt tid. De 1.200 medarbejdere bliver i deres job.

30. januar: Peder Tuborgh oplyser, at i alt 100 medarbejdere på de tre berørte mejerier i Danmark vil blive fyret. Arla har indtil videre tabt ca. 50 mio. kr. og frygter for hele eksporten til Mellemøsten på 3 mia. kr. årligt.

31. januar: Nordex Food oplyser, at selskabet mister indtægter på 125 mio. kr. på årsbasis, og at det bliver nødvendigt at afskedige omkring 10 medarbejdere på mejerierne i Nørager og Ørum.

Redaktionen afsluttet 31. januar. ■

Mat smørmarked

Prognose. Udsigt til yderligere fald i smørpriserne, hvis smørinterventionsloftet nås i 2006.

Priserne på mælk og mejeriprodukter forventes at falde yderligere i løbet af 2006 i takt med interventionsprisnedsættelserne på 7 pct. for smør og 5 pct. for skummetmælkspulver pr. 1. juli 2006.

Større indvejning

Det tyske analyseinstitut ZMP forventer en svag afmatning af det europæiske marked i 2006. Mælkeindvejen i EU forventes at stige med omkring ½ pct., dels som

følge af kvoteforhøjelse i EU-15 på ½ pct. som led i mælkereformen, og dels forventes en større andel af den polske produktion at blive indvejet. Hovedparten af den stigende mælkemængde vil blive anvendt til drikkemælk og osteproduktion, mens der sker en lille stigning i produktionen af smør og skummetmælkspulver.

Behov for høj eksport

Forbruget af smør internt i EU har i de seneste år været faldende – en udvikling der forventes fortsat i 2006. Hvis smørmarkedet skal forblive balanceret, er der således brug for en fortsat høj eksport. I de sidste tre år har EU's eksport af smør været på over 300.000 ton, hvilket kan tilskrives

den gode efterspørgsel på verdensmarkedet og den lave produktion i Oceanien. I sidste kvartal af 2005 skete der et mindre fald i verdensmarkedspriserne på smør, og flere skønner, at der sker en yderligere afmatning som følge af en let vigende efterspørgsel. Det forventes dog, at verdensmarkedspriserne fortsat vil ligge på et højt niveau.

Fra den 1. marts bliver det igen muligt at sælge smør til intervention. Udviklingen i markedet i EU og på verdensmarkedet kan medføre, at loftet over smørinterventionen på 50.000 ton nås, hvilket vil medføre yderligere prisfald på markedet. ■

Kirsten Pedersen Due,
kpd@mejeri.dk

Statistik

Top og bund

I kølvandet på Lactalis' opkøb af Galbani bringer vi den globale mejeriselskabs Top 20-liste med de seneste forskydninger. Det nye, forstærkede Lactalis er rykket hele tre pladser op ad listen. Fra en 7. til en 4. plads. Det er blandt andet gået ud over vort hjemlige Arla Foods, som rykker en plads ned – fra 5. til 6. pladsen.

Det skal for en ordens skyld nævnes, at listen tager udgangspunkt i selskabernes omsætning. Målt på indvejning er Arla Foods stadig større en det nye Lactalis.

Til gengæld er der ikke meget hitliste over Danmarks Statistiks dugfriske opgørelse over detailhandelspriserne på udvalgte mejeriprodukter fra 2002 til 2005. Fra 04 til 05 er der stort set prisfald over hele linjen med 45+ ost og den økologiske sød- og letmælk som eneste undtagelser. ■

Peter Biisgård, pbi@mejeri.dk

Omsætning af mejeriprodukter – Verdens top 20

Virksomhed	Land	Selskabsform	mia. EUR
1. Nestlé	Schweiz	Privat	14,7
2. Dean Foods	USA	Privat	7,0
3. Dairy Farmers of America	USA	Andelsselskab	6,8
4. Lactalis/Galbani	Frankrig/Italien	Privat	6,8
5. Danone	Frankrig	Privat	6,5
6. Arla Foods	Danmark/Sverige	Andelsselskab	6,4
7. Fonterra	New Zealand	Andelsselskab	6,3
8. Kraft Foods	USA	Privat	5,0
9. Unilever	Holland/UK	Privat	4,8
10. Friesland Foods	Holland	Andelsselskab	4,3
11. Bongrain	Frankrig	Privat	4,1
12. Meiji Dairies	Japan	Privat	3,7
13. Campina	Holland	Andelsselskab	3,6
14. Morinaga Milk Industry	Japan	Privat	3,3
15. Parmalat	Italien	Privat	3,3
16. Land O'Lakes	USA	Andelsselskab	3,2
17. Humana Milchunion	Tyskland	Andelsselskab	2,7
18. Saputo	Canada	Privat	2,3
19. Schreiber	USA	Privat	2,3
20. Nordmilch	Tyskland	Andelsselskab	2,1

Kilde: Rabobank International 2005

Danmark: Gennemsnitlige detailpriser pr. år (inkl. moms – 25 pct.) - Alle priser står noteret i DKK

År	Kærgården			Sødmælk							Piskefløde 0,5 liter	Yoghurt m/frugt 1 liter
	Smør 250 g	o.lign. 250 g	Ost 45+ 1 kg	Sødmælk 1 liter	Letmælk 1 liter	Skummælk 1 liter	øko. 1 liter	øko. 1 liter	øko. 1 liter			
2002	11,78	10,38	64,39	6,78	6,02	6,03	7,92	7,02	6,81	12,34	10,87	
2003	11,87	10,24	65,93	7,0	6,15	6,26	8,14	7,23	69,94	12,25	11,17	
2004	11,74	10,42	65,02	6,91	5,93	6,19	8,02	7,14	6,67	11,80	10,98	
2005	11,61	10,33	66,90	6,86	5,82	5,99	8,20	7,19	6,52	11,49	10,79	
05 ift 04	-1,1%	-0,8%	2,9%	-0,8%	-1,9%	-3,3%	2,3%	0,7%	-2,2%	-2,7%	-1,8%	

Kilde: Danmarks Statistik

Mejerinoter

Indland

Bedre smag i light-oste er målet bag et forskningsprojekt under Mejeribrugets ForskningsFond. Projektet, som indledes til marts, har netop har fået bevilget godt 4,8 mio. kr. Helt konkret skal forskerne undersøge, hvordan light-ostene kan bevare den gode smag og blive mere modstandsdygtige over for lyspåvirkning.

“Mere og mere ost sælges skiveskåret i emballager, der er gennemsigtige, fordi forbrugerne vil kunne se, hvad de køber. Derfor udsættes ostene oftere for lys. Samtidig er fedtindholdet reduceret i light-ostene, der vinder frem. Det betyder, at andre, mere bitre stoffer, smager igennem,” forklarer forskningskonsulent i Mejeriforeningen *Søren R. Riber*.

Projektet er et samarbejde mellem forskere fra Danmarks JordbrugsForskning, Institut for Fødevarevidenskab under KVL og virksomhederne Arla Foods og Tholstrup Cheese A/S.

“Vi er meget interesserede, fordi vi sælger en del light-ost, og bedre smag måske kan højne salget. Hvis man kan forebygge en oxidation, betyder det også længere holdbarhed, og det kan åbne nye markeder,” siger produktionsdirektør i Tholstrup Cheese, *Hans Henrik Lund*. Projektet afsluttes i juni 2008.

Mælken til madpakken skal være fedtfattig i landets folkeskoler. Det viser de nyeste tal fra Mejeriernes Skolemælksordning. Godt tre ud af fem skolelever, der har bestilt skolemælk frem til sommerferien, har valgt kærne-, skummet- eller minimælk, hvor fedtprocenten er 0,5 eller mindre.

“Minimælken – i den økologiske og den konventionelle udgave – tegner sig samlet set for 36 pct. af salget i ordningen. Dermed fylder minimælken mere i forhold til samme periode sidste år og er klart det mest sælgende produkt. Vi synes, det er meget positivt,” kommenterer koordinator i skolemælksordningen *Lars Witt Jensen*.

Gennem de sidste år har der tegnet sig et billede af, at eleverne foretrækker de fedtfattige varianter. Skummet-, kærne- og minimælken udgør således 58 pct. af salget frem til sommerferien.

Det samlede salg for det næste halvår forventes at komme op på 125.000 elever. Igen i år har nye skoler meldt sig ind i Mejeriernes Skolemælksordning, der nu leverer mælk til 1320 skoler – 18 skoler mere end sidste år.

2,27 kr. pr. kg. mælk leveret til mejeriet. Det er den pris, som danske mælkeproducenter i gennemsnit har fået fra mejeriet for en liter mælk i oktoberåret 2004/2005, ifølge Økonomisk-Statistisk Afdeling i Mejeriforeningen.

Prisen er den laveste de seneste fem år, og i forhold til 2003/2004 er betalingen pr. kg mælk faldet med ni øre. I forhold til 2002/2003 er den faldet 24 øre. Den gennemsnitlige pris på 2,27 kr. er et gennemsnit af både den konventionelle og den økologiske mælk. Den økologisk mælk udgør ni pct. af mælken i Danmark.

Uhrenholt-koncernen lukker Skodborg Mejeri pr. 1. oktober. Mejeriets produktion af fontina-ost flyttes til det andet Uhrenholt-mejeri, Grøndal Mejeri, mens

Skodborgs danablu-produktion på 400 ton om året ophører.

“Vi har analyseret produktionerne på de to mejerier, og ved at sammenlægge produktionen af al gul ost på Grøndal Mejeri opnår vi en rationalisering,” udtaler Uhrenholts divisionsdirektør *Per Poulsen*.

Lukningen rammer 15 ansatte på Skodborg Mejeri. Der oprettes fire nye stillinger på Grøndal Mejeri, som tilbygge de opsagte medarbejdere fra Skodborg, og Uhrenholt A/S forsøger at hjælpe de øvrige medarbejdere i jobs på nærliggende virksomheder.

Grøndal Mejeri overtager Fontina-produktionen til oktober. Inden da skal der investeres 5-6 mio. kr. i at tilpasse anlægget – en investering, som Per Poulsen forventer vil være tjent ind relativt hurtigt.

Udland

Lactalis har været på indkøb i den store stil. For et beløb i omegnen af 14 mia. kr. overtog det franske mejeriselskab i denne måned italienske Galbani. Det nye selskab får en omsætning på EUR 6,8 mia. og rykker dermed et par pladser foran Arla Foods (EUR 6,3 mia.) på listen over verdens største mejeriselskaber (se statistik side 14). Med købet styrker Lactalis sin position som Europas største osteproducent (650.000 ton om året), samtidig med at selskabet samler nogle af kontinentets stærkeste brands inden for specialostemarkedet i en og samme hat: Galbanis mærker ‘Santa Lucia’, ‘Galbani’ og ‘Bel Paese’ og Lactalis ‘President’, ‘Société Roquefort’ og ‘Brie de Meaux’ – for blot at nævne nogle. Begge selskaber har et bredt sortiment, som for Galbanis vedkommende er koncentreret om typerne mozzarella, mascarpone og ricotta, mens Lactalis har sin styrke inden for Camembert og hårde, gule oste.

“Jeg kan kun gratulere med opkøbet, som på papiret ligner en meget stærk kombination,” lyder en kommentar fra koncerndirektør *Mikael Sternberg Christiansen*, Arla Foods. “Galbani er en utrolig spændende virksomhed med nogle stærke og interessante produkter. Det er et af de få ikke-franske mejeriselskaber, som har formået at skabe sig en mærkevarerposition i Frankrig. Og det har nok været med til at skærpe Lactalis’ interesse.”



Når mærkevarer mødes. Specialosteproducenten Lactalis har købt specialosteproducenten Galbani for den nette sum af 14 mia. kr.

“Galbani og Lactalis har hver for sig været stærke virksomheder på det europæiske marked for specialoste, og det vil de fortsat være. Hvorvidt det nye selskab bliver en hård konkurrent til Arla Foods, tør jeg ikke spå om. Galbani er primært aktive på produkter, der ikke er i direkte konkurrence, men snarere er komplementære til Arlas sortiment.”

“Jeg vil tro, at de fortinsvis vil kunne flytte noget på krydssalget mellem Frankrig og Italien, og det kommer ikke til at ændre vores konkurrencesituation markant. Men omvendt: Når man som Lactalis betaler den relativt høje pris af 14 mia. kr., må man næsten formode, at de har nogle planer, der rækker ud over at distribuere hinandens produkter,” siger Mikael Sternberg Christiansen.

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