

nr. 1 | 6. januar | 2012
nyhedsmagasin om mejeribranchen

mejeri

EUROPA KAN BLIVE ET SVÆRT MARKED

INTERVIEW | PEDER TUBORGH | SIDE 7-10

Sans for blå ost

PORTRÆT AF GEDSTED MEJERI | SIDE 12

1. marts 2012

Mejeriteknisk Selskab sætter fokus på saltindhold i mejeriprodukter. Programmet er endnu ikke endelig på plads, men afsæt en halv dag til en af tidens hotteste ernæringsproblemstillinger – se mere på www.mejeritekniskelskab.dk

22. marts 2012

Mejeriteknisk Selskab fortsætter seminarrækken om energioptimering med tredje og sidste modul.



2012

Folk med hang til dommedagsprofetier vil vide, at overskriften på denne leder også er titlen på film, der nok skal kunne fjerne de sidste rester af julehygge. 2012 handler kort og godt om jordens undergang i bemeldte år.

Bare rolig. Alene af hensyn til det kommende års annonceralg ligger det bladet fjernt at springe med på dens slags forudsigelser.

Det skal nok gå alt sammen, vælger vi at tro. Også selv om aviser som B.T. i det meste af december forsøgte at fremmane en regional dommedagsstemning med overskrifter i katastrofestørrelse og triste billeder af ditto mennesker, der stirrede tomt ned i ligeså tomme kølediske.

Man følte sig hensat til Afrikas Horn, men det foregik såmænd i Norge, der blev ramt af noget så grimt som smørmangel, netop som kagedejen skulle rulles ud til den årlige julebægning. Få uger før klatten skulle i risengrøden.

Ak nej, december var ikke en sjov måned for oliemillionærerne oppe nordpå, og skam få den, der tænker, at det var de da vist selv ude om med deres høje toldmure og stramme markedsregulering.

Lad os i stedet vende blikket mod noget mere festligt. 2012 er nemlig også året, hvor mejeribrugten kan fejre sig selv ved hele to markante jubilæer. 100 år i både privatmejeriernes forening og i Mejeriforeningen.

Det bliver stort. Store forventninger er også knyttet til årets VM i ost i USA. Det er stykke tid siden, Danmark sidst har hævet VM-trofæet, men skulle det ende med et par medajler i guld eller sølv, kan vi vel også finde ud af at glædes over det.

Det er jo ikke verdens undergang. Godt nytår.

Peter Biisgård, pbi@lf.dk



Man følte sig hensat til Afrikas Horn, men det foregik såmænd i Norge, der blev ramt af noget så grimt som smørmangel, netop som kagedejen skulle rulles ud til den årlige julebægning.

“... jeg elsker ost. Faktisk vil jeg sige, at ost og kærlighed er det vigtigste i verden”.



Skuespiller Sara Hjort i Berlingske Tidende, 31. dec.

“Vi må huske, at hvor nordmændenes rigdom måles i olie og svenskerenes i træmøbler, består vores formue af forarbejdede mælkeprodukter.”

Journalist Mads Zacho Teglskov i artikel om den norske smørkrise. I Politiken, 7. december

“Til alle smør-pushere og forretnings-opportuniste derude, der ringer ind i disse dage: vi har intet smør til salg her i presse-afdelingen ð”

Arlas pressechef Theis Brøgger i en besked på Twitter, 13. dec.

“Udelukkende at bebrejde os for smørmanglen, det måske lige lidt hårdt.”



TV-vært m.m. James Price i en kommentar til, at madprogrammet Spise med Price nu bliver vist på norsk tv og dermed kan have medvirket til et stigende forbrug af smør i Norge. I B.T., 7. december.

“Smørret bliver i Danmark! De tog vores olie, men de skal ikke tage vores gule guld, smørret.”

Læserkommentar på B.T.'s debatside, 13. dec.

mejeri udgives af



Landbrug & Fødevarer
Agro Food Park 13
8200 Århus N
T +45 3339 4000
F +45 8731 2001
www.lf.dk

Redaktion

Christina Holm Eiberg (ansv.)
Peter Biisgård
Lars Winther

Layout og produktion

Zeuner Grafisk as, Odder

Tryk

Zeuner Grafisk as, Odder

Annoncesalg

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

Abonnement

Årsabonnement:
kr. 400,-
Kontakt Peter Biisgård
tlf. 3339 4801,
pbi@lf.dk

Oplag

6.000 månedligt

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

Forside

Arla Foods' adm. direktør Peder Tuborgh.
Foto: Lars Aarø/Fokus Foto

ISSN 1604-1259

Skånemejerier tæt på salg

TRANSNATIONALT Den 9. januar afgøres det om det svenske mejeriselskab bliver solgt til franske Lactalis. Pris: 880 mio. kr.

Det var næved og næsten, da Skånemejeriers repræsentantskab samledes den 29. december. På dagsordenen var en række vedtægtsændringer, der ville muliggøre et salg af det svenske andelsselskab til den store, franske mejerikoncern Lactalis. Fem medlemmer stemte imod forslaget, der dermed faldt, da en vedtagelse krævede enstemmighed. Nu er afgørelsen udskudt til et møde den 9. januar, hvor kravet er reduceret til 2/3 flertal.

I en artikel i Lantbrukets Affärstidnings netudgave ATL fortæller Skånemejeriers adm. direktør, Björn Sederblad, at flere aktører har vist interesse for at købe eller fusionere med det svenske selskab. Men at Lactalis' bud på SEK 1,058 mia. (DKK 880 mio.) var afgørende for valget af den franske mejerikoncern.

"Det var prisen, der afgjorde det. Ingen andre har vist de muskler og den kraft, som Lactalis har," siger han til ATL.



Der har angiveligt været flere bud på køb af Skånemejerier. Men Lactalis bød mest, fortæller adm. direktør Björn Sederblad fra de svenske mejeriselskab.

Garanterer mælkepris

Den franske koncern har således lovet at betale Skånemejeriers leverandører en mælkepris, der matcher den højeste pris på markedet i de kommende otte år. Oven i denne pris vil de skånske mælkeproducenter over en årrække få udbetalt gevinsten fra Skånemejeriers frasalg af datterselskabet til Danone i 2010. Ifølge Landbrugsavisen vil det give en afregningspris, der ligger SEK 0,5/kg over Arlas svenske afregningspris.

Lactalis kræver til gengæld, at de skånske mælkeproducenter årligt leverer mellem 380 mio. og 450 mio. kg mælk til selskabet.

Skånemejerier er Sveriges næststørste mejeriselskab og har gennem længere tid været under pres fra den skærpede konkurrence på det svenske marked, hvilket har givet sig udslag i en sænkning af afregnings-

prisen. Selskabet har 537 leverandører som årligt leverer omkring 400 mio. kg mælk. Den årlige omsætning er SEK 3,3 mia.

Til sammenligning har det privatejede Lactalis en årlig omsætning på 110 mia. kr. Selskabet har 52.000 ansatte og 198 mejeri-anlæg kloden over.

Björn Sederblad mener, at et salg af Skånemejerier til Lactalis kan betyde enden på det, han karakteriserer som den svenske mælkekrig.

"Hvis det ellers bliver besluttet den 9. januar, så kommer Skånemejerier til at tilhøre et selskab, som er 2,5 gange større end Arla, og som har en langt mindre forretning i Sverige, end Arla har. At sænke mælkeprisen i Sverige vil gøre mere skade på Arla end på Lactalis," siger han til ATL.

Peter Biisgård, pbi@lf.dk

SPAREPLAN Arla Foods skal over de kommende 18 måneder spare 500 mio. kr., oplyser Landbrugsavisen med henvisning til en artikel i selskabets nyhedsbrev til andelshaverne. Besparelserne iværksættes for at sikre selskabets konkurrenceevne og styrke de forretningsområder, som skaber mest værdi på bundlinjen, forklarer adm. direktør Peder Tuborgh. Se tillige stort interview med Peder Tuborgh i dette blad side 7-11.



NAVNESKIFT 1. januar skiftede Delimo A/S navn til Lactalis Danmark. Den danske ostegrossist, der leverer ost til kunder i Danmark, Norge, Sverige og Finland og tegner sig for en stor del af den danske import af sydeuropæiske oste, kunne sidste år fejre 30 års jubilæum. Delimo blev i 2007 overtaget af den franske mejerikoncern Lactalis.

VIRKSOMHED Naturmælk kan notere sig et overskud på 2,5 mio. kr. i 2011 mod 1,7 mio. året før. Dermed er der skabt basis for at fortsætte en udbygning af mejeriet, fortæller mejerichef Leif Friis Jørgensen til Jyske Vestkysten. Forventet investering: Seks til otte mio. kr. Byggeriet går i gang i det tidlige forår og skal blandt andet forbedre produktionsprocesser og give mere plads til mejeriets oste.



MARKEDSFØRING Arla Foods har taget ultra-traditionelle midler i brug i et forsøg på at få yngre mennesker til at spise selskabets Castello-oste, der traditionelt nydes af et mere modent publikum. I samarbejde med bureauerne Carat, Isobar og Promovator lancerede man i efteråret en kampagne, som via Facebook gik målrettet efter studerende. Det hele kulminerede med kåringen af årets studiebar, hvor kvinder i rokokkjoler serverede Castollo-ost til en fest på studiebaren 'Hegnet' på DTU.

100 norske kroner ...

... var prisen for en pakke 'brugt' smør på køb-og-salg hjemmesiden Finn.no i december.

Udvikling i gennemsnitspriser - detail (sep.- nov.)

	Minimælk (1 l)	Piskefløde (0,5 l)	Crème fraîche, 18% (0,5 l)	Brie, 60% (250 g.)	Ost, 45% (1 kg)	Ost, maks. 13% fedt (1 kg)	Smør (250 g.)	Kærgården o.l. (250 g.)
Gns. pris november	6,48	15,71	11,83	21,94	87,7	77,07	19,21	16,44
Prisstigning sep.-nov. i %	0,8	12,1	15,1	3,4	2,9	0,3	14,6	9,2

ALLE PRISER I DKK.

KILDE: DANMARKS STATISTIK

Store udsving i prisstigninger

Efter indførelsen af fedtafgiften d. 1. oktober har Danmarks Statistik nu offentliggjort de første tal for prisudviklingen, hvor september er sammenlignet med gennemsnitspriserne for november. Og der er ikke nogen direkte sammenhæng mellem fedtindhold og prisstigning. Eksempelvis er crème fraîche (18 pct.) steget 15 pct., mens piskefløde nøjes med 12 pct. Modsat har en fedtfattig ost max 13 pct. kun oplevet en prisstigning på 25 øre pr. kg. eller 0,3 pct., mens en 45+ steg knap 3 kroner for et kilo svarende til knap 3 pct. En pakke smør steg med 2,45 kr. svarende til 14,6 pct. Opgørelsen rummer i alt 19 mejeriprodukter, som alle kan ses på Medlemsforum.

Pris for godt arbejdsmiljø



FOTO: JACOB BOSERUP

Mejerichef Ole Brander, Grøndal Mejeri, modtog arbejds miljøprisen på vegne af netværket af mindre mejerier. I baggrunden fra venstre direktør Alette Assing Ussing og arbejdsmiljørep. Allan Pedersen, begge Them Andelsmejeri samt produktionschef Nick Nørreby, Thise Mejeri.

Det ligner efterhånden en tradition, at danske mejerier bliver hædret for deres indsats for et bedre arbejdsmiljø. I 2010 blev Arbejds miljørådets arbejds miljøpris således tildelt Arla Foods for selskabets indsats for at reducere antallet af arbejdsulykker på sine gul ost-mejerier. I december 2011 var der prisuddeling igen, og her var 'Arbejds miljønetværk af mindre mejerier' bedst i kategorien 'Muskel- og skeletpåvirkninger'.

Netværket består af 19 mindre mejerier, der i fællesskab har fået udviklet nogle værktøjer, som kan afhjælpe tunge og ensidige løft i produktionsprocessen. Værktø-

jerne blev indkøbt på udvalgte testmejerier, hvor medlemmer af netværket har kunnet se og afprøve teknologien i praksis.

Det var en meget stolt Ole Brander, mejerichef på Grøndahl Mejeri, der på vegne af netværket modtog prisen i DGI-byen i København.

"Vi havde aldrig tænkt den tanke, da vi i sin tid dannede netværket, at vi kunne komme til at stå her. Vi kunne se, at alle mindre mejerier i sin tid havde problemer, der lignede hinanden, og derfor blev vi enige om at gå sammen om at finde fælles løsninger," fortalte han.

ØKO-VÆKST Eksporten af danske, økologiske fødevarer sætter for femte år i træk rekord, viser tal fra Danmarks Statistik. I de seneste fire år er eksportværdien tredoblet, og det er ikke mindst de ø-mærkede mejeriprodukter, der trækker læsset. Eksporten af disse produkter steg således med 41 pct. fra 2008 til 2010 og udgjorde i 2010 41 pct. af den samlede økologiske eksport.



Eksportchef Klaus Bentzen, Økologisk Landsforening, er overbevist om, at der er potentiale for yderligere vækst.

"De kommende år vil der være en øget kamp om den økologiske mælk. Hvis udviklingen på de nære eksportmarkeder går lige så stærkt, som det ser ud til, får produkterne svært ved at følge med efterspørgslen," siger han til avisen Effektivt Landbrug.

EMBALLAGE Med støtte fra Højteknologifonden er forskere på DTU i gang med at udvikle en nanoteknologisk folie, der blandt andet kan afvise yoghurt. Formålet er at skabe en yoghurtkarton, der lettere kan tømmes for indhold, eller en osteemballage, der ikke dugger. Projektet udføres i et samarbejde mellem DTU og Arla Foods, Danapak Flexibles og InMold Biosystems.

KLASSIKER På initiativ af etnolog Mie Buus fra Thisted Museum har Thise Mejeri genoplivet den gamle, danske Thybo-ost. En oste-type, der er beskrevet i videnskabelige artikler helt tilbage i 1789. Danske mejerier indstillede produktionen af Thybo engang i 1970'erne. Indtil videre fremstiller Thise Mejeri 50 kg om ugen af den kraftfulde ost, der skal lagre i ni måneder. Målet er en ugentlig produktion på 600-800 kg inden næste årsskifte.

Sømælk henter kvalitetsprogram i Mejeriforeningen

Sømælk har status af et mejeri, men består blot af en tankvogn. Ejer Joost Oppers har nu meldt sig ind i Mejeriforeningen for at få adgang til de forskellige kontrolordninger under 'Kvalitetsprogram for gården'.

Hvordan går det med forretningen?

Jeg synes, det går godt. Her fra årsskiftet har jeg fået yderligere 4 leverandører og har nu 25 mio. kg mælk, så nu samler vi mælk ind helt nede fra grænsen op til Skive. Indtil videre går det også fint med at afsætte mælken til forskellige danske mejerier, så jeg klager ikke.

Du var også med i Danish Dairy, som jo måtte lukke. Hvordan er Sømælk anderledes?

Det er en helt anden konstruktion. Danish Dairy var jo et aktieselskab, som mælkeproducenterne skulle købe sig ind i. Sømælk er et Aps ejet af mig. For leverandørerne betyder det, at man ikke skal foretage investeringer. Sømælk er også mere fleksibel, da man kan træde ind og ud med en måneds varsel. Og så var Danish Dairy jo meget større og opererede

på et helt andet marked i Tyskland, hvor Sømælk foreløbigt kun handler på det danske marked.

Hvorfor har I meldt jer ind i Mejeriforeningen?

Det handler primært om, at vi er nødt til at være omfattet af de samme kvalitetsprogrammer, som gælder for de øvrige mejerier, når vi skal handle med dem. Arlagården gælder jo for alle Arla-leverandørerne, og de øvrige er omfattet af 'Kvalitetsprogrammet for gården', som er et tilsvarende program under Mejeriforeningen. Landbrug & Fødevarer står for de konkrete kontrolbesøg.



Joost Oppers driver en be-drift med 280 køer - og så et tankvognsmejeri, som flytter mælk fra leverandørerne til forskellige mejerier.

Lavere russisk osteimport presser europæiske priser

SAMHANDEL Den tyske osteeksport til Rusland er faldet med 20 pct. i 2011, hvilket forklarer prisfaldet i flere ostekategorier i efteråret.

Rusland får stadig større betydning for det europæiske mejerimarked som en af de største aftagere med en markant vækst i forbrug og import i en årrække. Når det gælder ost, kan den russiske import nærmest aflæses direkte i de europæiske ostepriser. Det gælder ikke mindst samhandelen med Tyskland, som er Europas største producent af ost, idet knap halvdelen af den samlede indvejning på 22 mia. kg mælk i dag omsættes i ost. Rusland er suverænt den største aftager af tysk ost, og derfor har samhandelen betydning for de tyske priser - samt de øvrige ostemarkeder. I 2009 faldt den russiske import af tysk ost til godt 50.000 ton, hvilket var 20 pct. mindre end året før.

”Det passer med, at priserne faldt, hvor tysk edamer eksempelvis blev handlet til EUR 2,30/kg”, forklarer Kristian Svendsen, konsulent i Landbrug & Fødevarer. Tysk edamer-ost betragtes som en generel indikator for ostemarkedet, og denne kategori oplevede efterfølgende konstante stigninger fra sommeren 2009 frem til sommeren i år til ca. EUR 3,55/kg. Herefter er priserne atter faldet med ca. 10 pct. frem til i dag.

Færre tyske veterinære godkendelser

”Vi har set den samme udvikling for andre store ostetyper - eksempelvis tysk Gouda, som udgør en fjerdedel af den tyske osteproduktion. og Tilsit (Havartitype). Deres prisudvikling svinger tilsvarende i takt med størrelsen af den russiske import”, siger Kristian Svendsen. Gouda, Tilsit og Edam udgør til sammen ¾ af den tyske osteeksport til Rusland. Når de første 3 kvartaler i 2011 sammenlignes med 2010, er eksporten til Rusland faldet med 37 pct. (Gouda), 23 pct. (Tilsit) og 49 pct. (Edam). Til gengæld er enkelte mindre ostetyper steget. Dette gælder især specialoste, og så undtagelsen - pizzaost (mozzarella-type), som tyskerne i de første 9 måneder solgte 6.242 ton af, hvilket er en stigning på 39 pct. Samlet er tyskernes eksport 22 pct. lavere i årets første tre kvartaler.

En del af forklaringen på den vigende eksport er, at flere tyske mejerier har mistet eksportmuligheder som følge af manglende godkendelse hos de russiske veterinærmyndigheder.

”Det handler formentligt også om politik, hvor russerne forsøger at beskytte deres indenlandske produktion ved at køre en hård linie over for importørerne,” siger Kristian Svendsen.

Arla Foods oplever vist pres

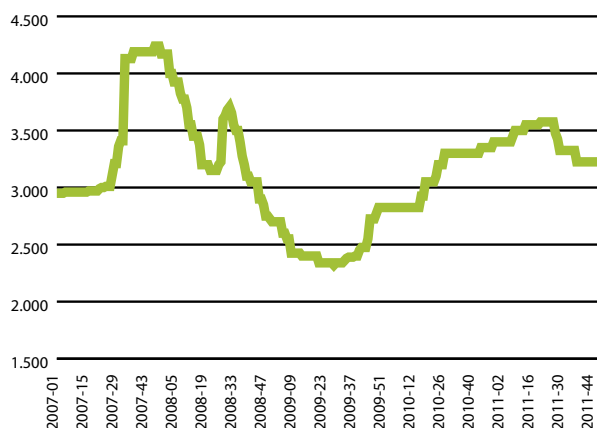
I Arla Foods følger man også den tysk-russiske samhandel tæt.

”Vore tradingoste, som primært består af mozzarella, har også oplevet et vist pres i efteråret,” siger vicepresident Jesper Colding med ansvar for afsætning for Arlas ost globalt. Netop mozzarella solgte tyskerne dog mere af til russerne. Det kan være forklaring på, at det europæiske marked trods alt har absorberet mere mozzarella fra Arla Foods, som har øget denne produktion i løbet af 2011.

”De forskellige ostekategorier/typer har hver deres selvstændige marked og prissætning, og vi er da forberedt på at skulle i arbejdstøjet i det kommende år for at øge vores afsætning,” siger Jesper Colding.

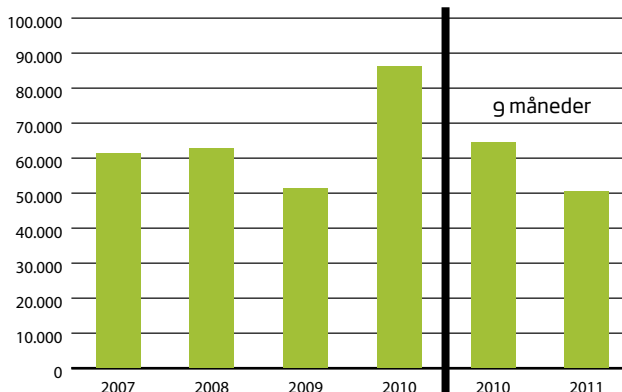
Lars Winther, lwi@if.dk

Prisudvikling - tysk edam



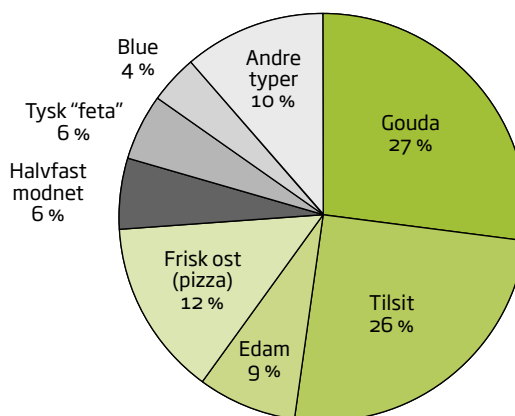
Den tyske edam-ost, der viser tendensen på de europæiske ostemarkeder, har oplevet vigende priser siden sommeren 2011.

Samlet tysk osteeksport til Rusland



Den samlede tyske osteeksport til Rusland faldt 22 pct. i de første 9 måneder 2011 sammenlignet med året før.

Tysk eksport til Rusland (januar-september, 2011)



De store ostekategorier, hhv. Gouda, Tilsit og Edam, har mistet eksportandele, mens de mindre specialoste og frisk ost (pizza) vokset en smule ift. 2010.

POLEN: Det tyske privatmejeri Zott fortsætter investeringerne i Polen, hvor man senest har overtaget Bacha Polska, som er specialiseret i frugtyoghurt og desserter med mærkerne 'Finezia' og 'Smakija'. Zott oplyser, at man vil videreudvikle dette forretningsområde. I indeværende år forventes en omsætning på EUR 23 mio. på mejeriet, som beskæftiger 140 medarbejdere.

TOP AGRAR, 05.12



KINA: Øget konkurrence på det kinesiske marked har tvunget multinationale Nestlé og Danone til at lukke flere produktionsanlæg. Nestlé står således foran at lukke en iscremefabrik i det østlige Kina, mens Danone skrinlægger to yoghurtfabrikker. Nestlé meddeler, at selskabet vil fokusere på det nordlige og sydlige Kina, mens Danone meddeler, at man vil udarbejde en ny og mere centraliseret strategi for salg af friske produkter i Kina.

DAIRY INDUSTRY NEWSLETTER, 12.12



NORGE: Tine Mejerier har besluttet, at man vil fortsætte isproduktionen i Norge. Diplom-Is har i en årrække givet underskud, og derfor solgte nordmændene sidste år de danske og svenske aktiviteter. Selskabet er dog fortsat markedsledende i Norge, hvor man sidder på over halvdelen af ismarkedet og har to isfabrikker i hhv. Oslo og Brevik.

WWW.TINE.NO, 13.12



TYSKLAND: Halvdelen af mælken går i osteproduktion, viser en ny opgørelse fra ZMB. I 2010 anvendte de tyske mejerier 47 pct. af den indvejede mælk til osteproduktion, hvor mængden for 10 år siden kun var 41 pct. Friske produkter som konsummælk, syrnede produkter, fløde og desserter ligger forholdsvis konstant med knap en tredjedel af mælken, mens smør og pulverproduktion til gengæld er faldet fra 24 pct. til 15 pct. af den samlede mælkeindvejning.

DAIRY MARKETS, 09.12



UK: Britisk mælkeproduktion får svært ved at matche en stigende efterspørgsel i de kommende år, vurderer mælkeproducentforeningen DairyCo. Den samlede produktion vil vokse med 0,6 pct. svarende til 68 mio. liter mælk i 2011/12 til i alt 13,4 mia. liter mælk. Over for dette ses en stigning i efterspørgselen på 213 mio. liter mælk i de seneste 9 måneder, hvor stigningen især gælder konsummælk.

DAIRY MARKETS, 01.12



Argentinsk mælkefiesta

EKSPORT Stigende mælkeproduktion giver Argentina comeback på en række eksportmarkeder. Arla Foods er med på valleprodukterne.



Med en produktionskapacitet på 25.000 ton vallepulver bidrager Arla og SanCor's jointventureselskab til den argentinske mejerivækst.

Argentina er på vej til at gøre come-back som en stor og vigtig aktør på det internationale mejerimarked. Mælkeproduktionen er steget med 40 pct. over de seneste otte år og sætter ny rekord i 2011 med en samlet indvejning på godt 11 mia. kg mælk. Dermed har man atter fået gang i væksten, efter at tørke bremsede produktionen i 2009-10.

Selvom hovedparten af eksporten fortsat går til nabolandene i Sydamerika med Brasilien som det klart største enkeltmarked, så er argentinerne også i færd med at opbygge positioner i Asien, Mellemøsten, Rusland og USA for stort set alle produktgrupper. Sødmælkspulver er den primære artikel, hvor eksporten i de tre første kvartaler i 2011 var på 130.000 ton, hvilket næsten er en fordobling i forhold til året før. Tilsvarende er skummetmælkspulver vokset fra 12.000 ton til 15.000 ton og bulkost fra 15.000 ton til 21.000 ton, hvor både Rusland, USA og Japan aftager betydelige mængder ost.

Kina fylder mere

En rapport fra det amerikanske handelsministerium forudser yderligere vækst i eksporten til næste år, hvor sødmælkspulver kan vokse til 250.000 ton. Kina og Asien

ventes at aftage en stigende del af denne mængde, idet argentinerne netop har åbnet et nationalt salgskontor i Beijing. Her vil man også forsøge at etablere en lokal mælkeproduktion baseret på argentinske erfaringer.

Valleprodukter er også en del af væksten, idet Argentina eksporterede knap 48.000 ton i de tre første kvartaler af 2011. En del af denne eksport blev hentet på Arla Foods Ingrediens Argentina, som drives i et joint ventureselskab sammen med argentinske SanCor, som er blandt de største og ledende mejeriselskaber i landet.

Arla Foods vil mere

"Vi oplever en spændende udvikling i mælkeproduktionen i Argentina og har udnyttet vores kapacitet 100 pct. Derfor forventer vi også at skulle investere i nyt udstyr, så vi kan øge produktionen yderligere til næste år," siger *Bjarne Schack Pedersen*, administrerende direktør for Arla Foods Ingredients, Argentina. Her ser man også lyst på fremtiden.

"Forretningen har udviklet sig gunstigt og har givet overskud lige siden starten i 2002. Og 2011 ser ud til at blive rekord," siger han. I 2010 var omsætningen på USD 50 mio.

Lars Winther, lwi@lf.dk

Argentinas eksport - jan-sep (1.000 ton)

	2011	2010
Sødmælkspulver	130	76
Skummetmælkspulver	14	11
Valleprodukter	47	27
Bulkost	21	15

Eksporten af sødmælkspulver er næsten fordoblet - og ventes at vokse yderligere i 2012.

“Ja, jeg er bekymret”

Europæisk økonomi er på vej i slæbegear og kan blive et meget besværligt sted at drive forretning, vurderer Peder Tuborgh. Ifølge Arla-direktøren bliver større volumen og effektivitet afgørende, og her var fusionen med Hansamilch et gennembrud for Arlas tyske vækststrategi.



"Vi vil kun kunne vokse ved at udvide ejerkredsen. Hvis ikke man var indstillet på det, så ville vi langsomt dø".

Arla Foods skal vokse sig stor og effektiv på de nordeuropæiske kernemarkeder. Også selvom de økonomiske perspektiver ser dystre ud lige nu. Volumen og en trimmet koncern er nemlig afgørende i bestræbelserne på at nå en omsætning på 75 mia. kr. i 2015. Sådan lyder budskabet fra Peder Tuborgh, som mejeri har mødt til en snak om året der gik og det, der kommer.



FOTO: LARS AARØ/FOKUS FOTO

Hansafusionen var vigtigste begivenhed for Arla Foods i 2011, fordi den åbner op for nye ejere og er et afgørende skridt ind på det tyske marked, vurderer Peter Tuborgh.

Hvordan går det med vækststrategien, hvor du har meldt ud, at I tilstræber en omsætning på 75 mia. kroner i 2015

Det korte svar er - det går efter planen. Vi er vokset med organisk vækst i stort set alle etablerede forretningsområder, og vi er vokset gennem fusionerne med Hansa Milch og Milko samt tilkøbet af Allgäu-land som de vigtigste. Dermed runder vi en omsætning på ca. 54 mia. kroner. Og jo - vi har da hænderne fulde, men forløbet har været tilfredsstillende. Samtidig skal man ikke stirre sig blind på de 75 mia., for det er blot et pejlemærke for både ejere og medarbejdere, så alle får en forståelse af, at vi står over for markante forandringer i de kommende år. Vi når ganske enkelt ikke sådanne vækstsmål uden væsentlige ændringer, og det har sådan set virket, siden vi satte målet op i 2009.

Hansa-fusion afgørende

Hvad var den vigtigste begivenhed for Arla Foods i 2011?

For mig er der ingen tvivl om, at det var fusionen med Hansa Milch. For vores koncernmodel var det principielt vigtigt, at ejerkredsen blev åbnet yderligere op for nye andelshavere. De danske og svenske andelshavere har jo besluttet, at virksomheden skal baseres på andelskonstruktionen, og så vil vi kun kunne vokse ved at udvide ejerkredsen. Hvis ikke man var indstillet på dette, så ville vi langsomt dø.

Samtidigt var Hansa-fusionen første skridt i vores forretningsplan for Tyskland, så derfor var den altså særlig vigtig og udtryk for vores vilje til at gå ind på det tyske marked.

Med de tyske andelshavere har de danske andelshavere ikke længere alene flertal?

Nej, men det er sådan set også fuldstændig ligegyldigt og overhovedet ikke noget issue i Arla Foods. Vi er på alle måder en international virksomhed, og bare her på gangen vil du møde danskere, svenskere, tyskere, englændere og en enkelt russer. Det er med til at give en god sparring - både i direktionen og blandt medarbejdere, hvor vi får en række nye vinkler på virkeligheden. Med Hansa og Allgäu-land har vi endvidere fået masser af relevant viden om det tyske marked, så jeg ser på alle måder mangfoldigheden og diversiteten som en enorm, kreativ styrke for koncernen. Det er simpelthen forretningsmæssigt interessant.

Mere mælk i Danmark

Hvilke forventninger har I til det danske marked?

Selvom det danske marked rummer både en række danske og internationale konkurrenter i de fleste produktkategorier, så har vi jo generelt pænt store markedsandele. Derfor forventer jeg ikke fokus på større volumen, men mere en indsats for højere lønsomhed og værditilvækst med nye, spændende specialprodukter.

Samtidigt må vi konstatere, at det danske marked også står stille ligesom resten af Europa med forsigtige forbrugere, som køber en større andel discountvarer. Her kan vi dog heldigvis konstatere, at vore mærkevarer faktisk har klaret sig godt.

Skal Arla udbygge mere i Danmark og hvad med afregningsprisen?

Vi forventer en højere indvejning i de kommende år. Når kvoterne afvikles i 2015, vil vi få mellem én og to milliarder kilo mælk mere i 2020 i Danmark og Nordtyskland, og her er vi i gang med at se på, hvilke produktionsområder der skal udbygges. Her er det sandsynligt, at pulver og ingredienser får en mere fremtrædende rolle.

Afregningsprisen tør jeg ganske enkelt ikke kommentere på for de kommende år, sådan som markederne og europæisk økonomi står lige nu.

Hvad med fedtafgiften - hvad betyder den?

Vi mener fortsat, at det er tåbeligt at brandbeskatte sunde, lødige fødevarer, og der er ingen tvivl om, at det udelukkende handler om at skaffe penge til statskassen. Det er simpelthen galt tænkt. Men nu er den der, og så må vi leve med den. Skulle nogen få lyst til at skruer yderligere op for afgiften, skal man vide, at det er tungt og besværligt at håndtere for fødevarerbranchen, som altså står bag 20 procent af vore samlede eksportindtægter.

Ny situation i Sverige

Til gengæld falder indvejsningen i Sverige, hvor der også er udsigt til selskab af Lactalis, hvis de overtager Skånemejerier?

For det første er vi tilfredse med vores egen fusion med Milko, som giver nye muligheder for at optimere forretningen både til gavn for os og til gavn for mælkeproducenterne fra Milko. De seneste produktionstal tyder på, at tilbagegangen i produktionen flader ud, hvilket de svenske brancheforeninger også forventer, så der burde være forudsætninger for mere mælk.

Jeg afholder mig principielt fra at kommentere konkurrerende selskabers dispositioner. Vi har i forvejen konkurrence af Lactalis i både Danmark og Sverige, hvor de er stærke i en række ostesegmenter, så på den måde er det ikke nyt.

Kan I ikke risikere, at en ny mastodont kan presse jer på afregningsprisen?

Vi er jo et andelselskab og er interesseret i at afregne vore ejere til den højest mulige pris. Hvis et privat selskab skulle presse prisen yderligere op, så er det positivt og absolut motiverende for, at vi forbedrer vores indsats. Men lad os nu se, hvad der sker.

"Vi er født til at være i Europa, og der er kun en måde at blive mere effektiv på – det er at vokse i skala i hele værdikæden".

Flere investeringer i presset Europa

Hvor kommer de næste investeringer?

Vi har jo defineret vore kernemarkeder som Danmark, Sverige, Storbritannien, Tyskland, Holland og Finland. Det betyder, at vi skal være blandt de største selskaber med et mere eller mindre komplet mejerisortiment, som er interessant for detailkæderne. Det vil kræve investeringer i produktionsfaciliteter på flere områder. Vi er langt i Storbritannien, hvor vi dog har forskellige ønsker på ostesiden, eksempelvis når det gælder cheddar, som jo er afgørende for gule oste på det britiske marked.

Tyskland har vi først lige taget hul på, og på konsummælkssiden stopper vore ambitioner ikke med ét friskmælksanlæg i form af Hansa Milch.

I investerer altså primært i lavvækstområder frem for vækstområderne i Rusland, Asien og Mellemøsten. Er det klogt?

Du har ret i, at Europa generelt står stille med lav vækst og behård kamp om markedsandelene. Det er en kæmpeudfordring for stort set alle brancher, hvor det trods alt er vores held, at folk bliver ved med at skulle spise.

Nordeuropa er nu en gang der, hvor vores ejere og råvarer er – og i øvrigt 80 pct. af vores omsætning. Det vil være livsfarligt at bakke her, hvor vi er afhængige af en tilstrækkelig produktionsmasse med de nødvendige stordriftsfordele og tilbud til de store detailkæder. Vi er født til at være i Europa, og der er kun en måde at blive mere effektiv på – det er at vokse i skala i hele værdikæden.

Samtidig skal vi dog fortsat udbygge salget på de vækstmarkeder, du nævner. Det er faktisk også lykkedes ret godt i 2011, hvor vi har oplevet en omsætningsvækst på mellem 20 og 30 pct. over for koncernens samlede vækst på 12 pct.

Mere pulver til Asien

Kan Arla Foods matche newzealandske bulkprodukter på det asiatiske marked?

Vi er der jo allerede med standardpulver beregnet til industriel videreførelse i de enkelte lande. Det er misforstået, at man nødvendigvis skal sælge i små dåser og sende dyre pakker af sted med masser af luft i. Væksten og den stigende efterspørgsel betyder nu en gang, at man ikke kan

udbygge den lokale produktion tilstrækkeligt, og så må råvaren jo komme udefra. Endelig er vi jo også i gang med at udbygge vores samarbejde med DMK (Tysklands største mejeriselskab, red.), hvor vi med et joint ventureselskab effektiviserer vores produktion og salgsarbejde yderligere.

Bestræbelserne på at optimere salgsarbejdet er også baggrunden for, at vi til

ikke hvor og hvordan, men er i gang med en analyse, som skal munde ud i en plan for hele koncernen. Igen må vi forholde os til de noget dystre udsigter på vore kernemarkeder i Europa, så derfor er der tale om rettidig omhu.

Du lyder bekymret?

Ja, jeg er ganske bekymret for det økonomiske uvejr, der trækker op over Europa.



FOTO: LARS AARØ/FOKUS FOTO

Jeg ser bestemt spændende muligheder på det kinesiske og asiatiske marked, som kan få større betydning, når mælkekvoterne ophører, siger Peder Tuborgh.

næste år vil begynde at sælge en mindre mængde pulver på Global Dairy Trade-auktionen, hvor Fonterra jo sælger rigtig store mængder, og det er en effektiv måde at handle på, som vi gerne vil være en del af.

I forhold til Asien skal det selvfølgelig også bemærkes, at Arla Foods jo også er direkte repræsenteret i Kina gennem vores samarbejde med Mengniu, som fortsat udvider produktionen af mælkepulver og øger importen. Så jeg ser bestemt spændende muligheder på det kinesiske og asiatiske marked, som kan få større betydning, når mælkekvoterne ophører.

Effektiviseringer nødvendige

I har netop meldt ud, at I skal spare en halv milliard – hvor skal det være?

Det er vigtigt at opfatte dette som en effektiviseringsplan og ikke som en spareplan, hvilket er en væsentlig forskel. Vi ved endnu

Vi ved ikke, hvor alvorligt det bliver, men vi forventer, at Europa bliver et ret svært område at lave forretning i. Så er spørgsmålet, om vi kan opveje disse problemer på de nye markeder, som heldigvis ser ud til fortsat at vokse.

Hvad bliver største udfordring for Arla Foods i 2012?

Det bliver at fastholde en høj indtjening i et turbulent marked, hvilket kun bliver muligt, hvis vi fortsat kan effektivisere og samtidigt fastholde innovation og produktudviklingen.

Lars Winther, lwi@lf.dk

2011 – kort fortalt

Januar

Arla fremlægger budget med to mia. til investeringer, heraf 536 mio. til supermejeri i London.

Bornholms Andelsmejeri overtager hele Skånemejeriers smørproduktion.

Mejeriforeningens Morgenmælkskampagne rammes af mediestorm pga. nogle fejl, som ikke var blevet rettet i tide på kampagnens hjemmeside.

Februar

Fødevarestyrelsen godkender Arlas ansøgning om at producere ost af upasteuriseret mælk.

Marts

Arla og DMK etablerer joint venture-samarbejde om produktion af valleprotein.

Folketinget vedtager fedtafgiften til ikrafttræden pr. 1. oktober.

Arla overtager Faurholt og Thrane og selskabets to mejerianlæg på Fyn.

April

Thise Mejeri lancerer råmælksost, som produceres på Hinge Mejeri.

De tyske konkurrencemyndigheder godkender fusionen mellem Arla og Hansa Milch.

Uhrenholt afskediger 33 ansatte.

Mammen Mejeri overtager 100 pct. af aktierne i Kirkeby Foods.

Arla investerer 615 mio. kr. i moderniseringen af gul ost-produktionen i Danmark. Anlæggene i Nr. Vium og Taulov udbygges, mens Klovborg og Hjørring efter alt at dømme vil blive lukket.

Mejeriforeningen afholder generalforsamling på Gl. Estrup, hvor der samtidig er officiel åbning af ny mejerihistorisk udstilling.

Skånemejerier og Arla Foods lancerer mælk tilsat D-vitamin.

Arla Foods Hirtshals Mejeri lukker.



2011 blev råmælksostens år i Danmark. Arla Foods fik tilladelse til at fremstille ost af upasteuriseret mælk i et nyindrettet osteri på Tistrup Mejeri, hvor produktionen gik i gang i juni. Allerede i april kunne Thise Mejeri præsentere sit bud på en råmælksost - Rå Hinge - produceret på Osteriet Hinge. Her præsenteres osten af (fra venstre) mejeribestyrer Poul J. Pedersen, mejeriingeniør Henrik Kanstrup og gårdejer Evald Vestergaard.

Maj

Med familien som investor overtager Kent Thrane (tidl. Thrane Mejeri og Faurholt/Thrane) Landmejeriet på Fyn.

Juni

Arla Foods starter produktion af råmælksost i nyt osteri på Tistrup Mejeri.

Juli

Arla overtager Milko's Sundsvall Mejeri i det nordlige Sverige.

Kvotebørs den 15. august: 2,08 kr. for et kg kvote.

September

Naturmælk afholder høstfest med underholdning af X-factor stjerner.

Arla fremlægger halvårsregnskab, som viser en stigning i omsætningen fra 24 mia. i første halvår af 2010 til 27 mia. i første halvår af 2011.

Arla frasælger sit ostemejeri i Goscino i Polen og samler selskabets produktion af mozzarella på Rødkærsbro Mejeri.

Oktober

Den såkaldte fedtskat - afgift på mættet fedt - træder formelt i kraft.

Lurpak fylder 110 år.

De svenske konkurrencemyndigheder godkender fusionen mellem Arla og Milko.

November

Landsmejeriudstillingen/Scandinavian Dairy Contest afvikles i Herning - for første gang nogensinde med deltagelse af andre fødevarerbrancher under overskriften Danish Food Contest.

De tyske konkurrencemyndigheder godkender Arlas overtagelse af det sydtyske mejeriselskab Allgäuland-Käserien.

December

Norge rammes af smørmangel i ugerne op til jul.

Lactalis og Skånemejerier tæt på aftale om salg af det svenske andelselskab til den privatejede franske mejerikoncern.

Peter Biisgård, pbi@lf.dk

HÆDER/PRISER

Kong Frederik den Niendes Hæderspris tildeles Uhrenholt A/S. **Mælkeprisen** tildeles Arla Foods Ingredients for udvikling af proteinet GMK, der kan anvendes i kost til patienter med Føllings syge. **Landsmejeriudstillingen/Scandinavian Dairy Contest** fik følgende vindere i både den danske og skandinaviske konkurrence: Ost: Danbo 45+ kommen, Arla Foods Klovborg Mejeri. Smør: Lurpak 500 g saltet, Arla Foods Holstebro Mejeri. Konsum: Harmonie Økologisk Skummetmælk, Arla Foods Hobro Mejeri. **Arbejdsmiljøprisen** tildeles Arbejdsmiljønetværk af mindre mejerier.

PERSONALIA

Landbrug & Fødevarer Mælkeproducent Niels Jørgen Pedersen vælges til formand for organisationen. Michael

Stevns fratræder som direktør. Jørgen Hald Christensen tiltræder i ny stilling som sektorchef for mejeri. **Mejeriforeningen** Mælkeproducent Steen Nørgaard Madsen afløser Jan Toft Nørgaard på formandsposten. Ove Møberg udtræder af Mejeriforeningens bestyrelse. Han erstattes af Viggo Ø. Bloch, som samtidig tiltræder som næstformand i organisationen. Jørgen Hald Christensen tiltræder som direktør for Mejeriforeningen, hvor han afløser Michael Stevns. **Foreningen af Privatmejerier i Danmark:** Niels Henning Staunsbæk indtræder i bestyrelsen, hvor han afløser Preben Faurholt. **Mejeriudvalget** Michael Stevns, Viggo Plougmann, Jan Hermansen og Tim Ørting udtræder af Mejeriudvalget. Jørgen Hald Christensen tiltræder som formand, mens Sanne Bastholm Rasmussen tiltræder som sekretær. Nye medlemmer af udvalget: Kasper Thormod Nielsen, Lars Aagaard. **LDM** Kjartan Poulsen afløser Peter

Mouritsen som formand for Landsforeningen af Danske Mælkeproducenter. **Arla Foods** Jens Mondrup fratræder som marketingdirektør. Lars Aagaard fratræder som direktør for Arlas danske marked og afløses af Peter Giørtz-Carlson, som indtræder i selskabets Executive Management Group (EMG) med titel af Executive Vice President. Ny i EMG er tilige selskabets svenske landechef, Christer Åberg. Vice-adm. direktør Andreas Lundby og Executive Vice President Hans Åke Hammerström udtræder af EMG. **Them Andelsmejeri** Svend Andersen fratræder som mejeribestyrer og afløses af direktør Alette Algren-Ussing.

DØDSFALD:

Mogens Kirk, tidl. mejeribestyrer på Søvind Mejeri, 01.07. Knud Harck, tidl. formand for Mejeriforeningen, 29.11. H. P. Sørensen, tidl. koncerndirektør Arla Foods, 26.12



International fagmesse
for levnedsmiddel- og
drikkevareteknologi

Fremtiden venter Dem.

Creme de la creme: Besøg **den** internationale
leverandørmesse til levnedsmiddelbranchen.

Oplev fremtidens innovation – på 4 dage på et sted – fra forarbejdning
over emballage til analyseteknik. Alene inden for **segmentet „Technology
for Dairy Products“** vil 54 % ud af de flere end 1.300 udstillere præsentere
deres udvikling inden for mejeriprodukter. Dette gør 2012 til et must for
Deres planlægning.

Gør Dem klar til fremtiden:
www.anugafoodtec.com

27.03.–30.03.2012
i Köln

Intermess ApS · Rådhusvej 2 · 2920 Charlottenlund
Tlf. 45 50 56 55 · Fax 45 50 50 27 · info@intermess.dk · www.intermess.dk



SoundEar

– leverandør af formstøbte hørevern
og støjmåling til de danske mejerier

SonoCostum

Formstøbte hørevern,
altid hurtig levering



NYHED

SoundEar II Industry

Støjmåler kan
tilsluttes
ekstern mikrofon.
Støv og vandtæt



Mere information på: 3940 9002 eller www.soundear.dk

Gedsted kæler for de blå

STABILITET Økologisk blåskimmelost i en fast kontrakt med Thise Andelsmejeri har skabt et solidt fundament for Gedsted Mejeri, så Lars Stisen som kommende ejer er helt tryk ved at overtage mejeriet.



Per Kristensen (tv.) har drevet Gedsted Mejeri siden 1984 og er nu klar til at overdrage mejeriet til Lars Stisen, der bliver eneejer i 2012.

Når man ruller gennem hovedgaden i Gedsted på Himmerland, fornemmer man en landsby, som er ovre sin storhedstid med lukkede forretninger, mange huse til salg og nogle i direkte forfald. Ved første blik skiller mejeriet sig ikke meget ud i dette halvtriste gademiljø, og man kan være i tvivl, om det overhovedet er i drift. Tvivlen er dog ubegrundet, for lige så snart døren åbnes, er der mejerilarm, og luften er fyldt med syrlige, pikante dufte fra de åbne ostekar.

Forkontoret hænger nærmest sammen med ostesalen, og her tager indehaver *Per Kristensen* imod. Han er lige kommet hjem efter en uge i Abu Dhabi, hvor han sammen med fru *Gerda* har besøgt datteren og hendes familie. Derfor er der travlt nu på det lille mejeri, som til daglig beskæftiger i alt 5 medarbejdere inklusiv Per og Gerda og den kommende ejer - *Lars Stisen*. Med denne begrænsede personalestab har Per og Lars aftalt at stille op på skift til portrættinterviewet, så der fortsat kan arbejdes ved ostekarrene.

"Jeg er ikke god til ret meget - men blåskimmelost - det kan jeg," lyder det med et glimt i øjet fra Per Kristensen. Han har dog også øvet sig en hel del, siden han i 1984 købte mejeriet samtidig med, at MD lukkede

mejeriet i Kirketerp ved Nibe, hvor han var driftsleder for danablu-produktionen.

"Vi startede med en helt traditionel danablu-produktion, men jeg var helt klar over, at jeg var nødt til at udvikle et mere specialiseret produkt, hvis vi skulle tjene penge. Derfor begyndte jeg at eksperimentere med en italiensk inspireret gorgonzola-type med lidt mere vand end danablu, men det tog nogle år, før jeg fandt frem til en mild og cremet udgave," siger mejeristen.

Økologerne ind

Efter nogle fornuftige år meldte økologerne sig på banen i begyndelsen af 90'erne, hvor landmænd fra Grindsted Mejeri i første omgang fik produceret en serie skimmeloste på Gedsted. I 1995 overtog Thise Andelsmejeri Grindsted Mejeri, og Per kunne se spændende muligheder i økologien. Både i hele produktionsfilosofien og de råvarer, som mælkeproducenterne kunne levere. Så da Thise tilbød en kontrakt på både rå mælk og salg af hele produktionen, slog han til.

"Det betød godt nok, at vi reducerede produktionen noget de første år og nærmest startede helt fra bunden igen. Til gengæld fik vi en fantastisk råvare, hvor mælken stort set er ens hele året, og hvor

blandingen af jersey- og mælk fra sortbrogede er helt perfekt for vore oste," fortæller den muntre himmerlænding.

Aftalen betød, at Gedsted ikke skulle bekymre sig om salg og reklame, som Thise står for. Hele produktionen indgår som integreret del af Thises ostesortiment.

"Man skal se godt efter for at se, at en Blå Kornblomst er produceret på Gedsted Mejeri", siger Per Kristensen, hvilket han straks dokumenterer med en etiketrulle.

"De første år var det lidt mærkeligt, at mejeriet nærmest forsvandt. Og det kunne Thise-folkene åbenbart mærke på mig, da de for nogle år siden kom med en ny etiket

FAKTA - Gedsted Mejeri A/S

- Aktieselskab ejet af Per og Gerda Kristensen (51 pct.) og Lars Stisen (49 pct.)
- Producerer danablu-lignende skimmeloste med forskellige modninger.
- Har rullende femårskontrakt med Thise Mejeri, som leverer al mælk og aftager hele produktionen.
- Forarbejder 1,5 mio. kg mælk årligt.

til en serie, som hedder Gedsted. Det blev jeg nu lidt glad for," siger den nu 65-årige mejerist. Han erkender samtidig, at alderen efterhånden trænger sig på.

"Jeg står da stadig op kl. 4 de fleste dage og har en 12 timers arbejdsdag. Men kroppen bliver lidt hurtigere træt, så derfor er Gerda og jeg utrolig glade for, at Lars står klar til føre det hele videre," siger han. Dermed er også interviewstafetten klar til at blive sendt videre til Lars Stisen, så Per kan komme tilbage til ostekarrene,

Slagteren bliver mejerier

"Jeg er oprindeligt kontoruddannet, men havde i en årrække byens slagterforretning samtidigt med, at jeg arbejdede på deltids her i mejeriet. Det tog om sig, og efter 10 år på fuld tid aftalte vi et generationsskifte over 5 år, så jeg til næste år overtager hele selskabet," fortæller Lars Stisen, 42 år, over kaffen.

"Jeg kan godt lide et mejeri af denne størrelse, hvor du har fingrene nede i alle dele af produktionen. Og det er selvfølgelig sjovere, når det er dit eget." Samtidig med overtagelesaftalen i 2007 investerede det fælles selskab 2,5 mio.kr. i nyt lager og udstyr.

"Først gik vi dog over i en rullende fem-årskontrakt med Thise for at have sikkerhed for en fornuftig afskrivningsperiode for de investeringer, vi har lavet, og som vi skal lave i fremtiden. Den forlængede aftale var en betingelse fra min side for at gå ind i ejerskabet," fortæller Lars Stisen, som regner med at fortsætte produktionen i det nuværende spor uden de store revolutioner.

"Vi må erkende, at vi er så bundet op i den daglige produktion, at vi ganske enkelt ikke har tid til at foretage de store forsøg med produktudvikling. Men når Per nu bliver pensionist, så har vi aftalt, at han skal til at forsøge med nogle nye produkter, og så må vi se," lyder det.

Eksporten vokser

Den kommende ejer har allerede oplevet første skvulp med et knæk i salget i 2009. Men lige nu føler han, at mejeriet er i god gænge.

"Vi producerer ca. 230 ton på årsplan, men har kapacitet til 300 ton, hvilket kunne give en endnu bedre forretning. Heldigvis kan vi se, at en stigende del af afsætningen ryger til Tyskland, som efterhånden er næsten lige så stor som det danske hjemmemarked. Og Thise har også foden indenfor i både Sverige og Holland, så det virker lovende," siger Lars Stisen.

Besøget sluttes af med en tur rundt i mejeriet, hvor Per Kristensen nu er i fuld gang med skovl, ostekniv og øse. Håndværket lever fortsat i Gedsted, og ostene er fremragende.

Lars Winther (lwi@lf.dk)

OSTESMØR

Hvis man venter længe nok, kan en camembert som bekendt blive så blød, at den er lige til at smøre på brødet.

Til de knap så tålmodige forbrugere har norske Tine en ny serie med tre smørbare osteklassikere. Camembert, cheddar og blåskimmel (på norsk: Blåmugg).

De tre smørbare oste har en mildere smag end de originale oste og kan anvendes på brød, i saucer og til dip. Cheddarvarianten skulle angiveligt være meget velegnet til taco og nachos, mens 'blåmugg' er det helt rigtige tilbehør til den amerikanske kyllingesnack 'buffalo wing dinner'.

Fedtindhold: 18 til 22 pct.



PÅ FARTEN

Under navnet Cultura on-the-go kommer Arla i januar med et bud på et probiotisk mellemmåltid til folk på farten - et sundt alternativ til hotdog'en og kanelneglen, som selskabet skriver.

Konceptet er det velkendte med en kombination af yoghurt og mysli i en tvedelt emballage.

Det nye produkt lanceres i noget større bægre end vanligt: 280 gram yoghurt og 30 g mysli med jordbær.



NYT DESIGN

Cheasy-brandet kan i år fejre 20 års jubilæum. Det markerer Arla med at give produktserien et nyt design og samtidig præsentere to nye yoghurtvarianter: Fersken & passionfrugt samt appelsin, ananas & mango. Som de øvrige produkter i Cheasy-serien er fedt- og sukkerindholdet i nyhederne helt i bund: 0,1 pct. fedt og uden tilsat sukker.



UDEN MÆLK

Britiske Delamere Dairy som har markeret sig med et ualmindelig bredt sortiment af gedemælksprodukter, er på markedet med en ny produktserie, der nok skal få det til at gibbe i mange mejerifolk: Sojadrink. Et såkaldt 'dairy free alternative to milk', som selskabet kalder det. Fremstillet på basis af GMO-fri soja og tilsat calcium og D-vitamin.



COOL DRINK

Yoplait USA har lanceret en ny og anderledes smoothie-serie i diverse smagsvarianter. Forbrugerne skal en tur forbi frysedisken for at finde produktet, der består af en pose med frosne yoghurtstykker plus ditto bær eller frugt. Smoothien tilberedes ved at tilsætte mælk og give det hele en tur i blenderen. På billedes ses varianten med banan og yoghurt med chokolade.



DET' FOR BØRN

Tine er klar med en helt ny serie mejeriprodukter målrettet de yngste målgrupper. Sprett hedder serien, som omfatter yoghurt, frugtdrik og en såkaldt mellemmåltidsdrik (drikkeyoghurt). Samtidig med lanceringen tager Tine frugtdrikene Litago og Friskus ud af sortimentet.

Alle produkterne i Spett-serien er fremstillet uden konserveringsmidler og med et relativt højt indhold af frugt. Som det fremgår af billedet, appellerer emballagedesignet i høj grad til børn og andre med forkærlighed for stærke farver og nuttede dyr.



En fed fornemmelse – uden fedt

PARTIKELFORSKNING Mælkeproteiner kan tilføre fedtfattige mejeriprodukter en cremethed, som minder om de fuldfede varianter. Forskningsprojekt på KU Life forsøger at kortlægge, hvilke proteinpartikler der egner sig bedst til de forskellige produkter og produktionsprocesser.

Hvordan fungerer processerne i mejeriproduktion på partikelplan? Det har et hold forskere på Institut for Fødevidenskab på KU Life kigget nærmere på i de seneste par år. Målet er at få en dybere forståelse af, hvilke proteiner og processer der mest optimalt kan tilføre lavfedtholdige mejeriprodukter en større cremethed og mundfyldte.

Forsøgene udføres af ph.d. *Isabel Celigueta Torres* under ledelse af professor *Richard Ipsen*, Institut for Fødevidenskab/Mejeriteknologi, KU-LIFE. Richard Ipsen forklarer:

“Forsøgene har været undervejs i nogle år, men det nye, vi har afklaret, er en grundlæggende forståelse af, hvordan de strukturerede proteinpartikler reagerer med resten af mælken. De tilsættes jo inden mælken varmebehandles, homogeniseres, syrnes osv. Det handler om at forstå, hvordan fedtfattige produkter kan opnå bedre konsistens, når der tilsættes ingredienser fremstillet ud fra mælkeprotein. “Hvis man i dag går ned og køber en lavfedtholdig yoghurt,



Professor Richard Ipsen og ph.d. Isabel Celigueta Torres forsker på Institut for Fødevidenskab, KU Life, i at bruge mælkeprotein som fedtstoffer i fødevarer. Her har de taget opstilling foran statuen af N.J. Fjord, som var en af grundlæggerne af dansk mejeriforskning og arbejdede på den Kgl. Veterinær- og Landbohøjskole fra 1858 til 1891.

Om projektet:

Forskningsprojektets officielle titel er “Mikropartikuleret mælkeprotein som naturlig fedtstoffer i fødevarer”. Det blev sat i gang i juni 2008 og afsluttes ved udgangen af 2011. Projektet er fondsstøttet igennem Mejeribrugets ForskningsFond samt Direktoratet for FødevarerErhverv igennem Fødevarerforskningsprogrammet af 2007.

vil man kunne læse af varedeklarationen, at der er mere protein i yoghurt, end der eksempelvis er i mælk. Der er altså tale om, at man har koncentreret proteiner i produktet. Disse koncentreret proteiner, typisk valleprotein, kan vi omorganisere strukturen på, så vi opnår en højere følelse af cremethed, men hvor der altså ikke er tale om fedt. Det føles bare sådan,” siger han.

Ost og is

Netop cremethed er – ifølge professoren – altid et udtryk for en positiv effekt, som forskerne gerne vil arbejde sig hen imod.

“Cremethed er forbundet med en behagelig fornemmelse, og hvis man kan højne den fornemmelse i et produkt, vil det være mere eftertragtet. Der vil ofte være forøget valleudskillelse i fedtfattige produkter, og det vil ikke give en specielt cremet smagsoplevelse, men det er det, vi så kan lave om på. Nogle proteinpartikler passer altså godt til mælk, andre til yoghurt og nogle tredje til is,” siger Richard Ipsen.

Arla allerede godt i gang

Arla Foods har været tilknyttet projekter som partner fra starten. Hvor KU Life i sine forsøg går i dybden med et lille afgrænset område, arbejdes der i Arla Foods Ingredients Applikationscenter i Viby J. med tilsvarende projekter ud fra en bredere tilgang. KU Life og Arla Foods trækker dog i høj grad på hinandens erfaringer.

“Vores forsøg kan være relevante for alle mejeriprodukter med undtagelse af smør, hvor fedtprocenten i forvejen er høj. På den her måde får Arla et bedre grundlag for at kunne designe og udvikle nye og bedre proteinpartikler, således at nogle bliver gode til yoghurt, andre til iscreme og meget andet,” siger Richard Ipsen.

Hos Arla Foods ser application manager *Claus Andersen*, Arla Foods Ingredients, flere perspektiver i området.

“Det er et meget spændende projekt det her, og faktisk er vi allerede ret langt. Vi har arbejdet med teknologien om at øge følelsen af cremethed og at simulere smagen af fedt i otte-ni år nu og har markedsført produkter, hvor teknologien indgår, i hen ved syv år. Der kommer hele tiden nye varianter til den portefølje, vi har.”

“I dag er de her processer en integreret del af yoghurt, ost og is, og vi arbejder også meget med det i drikke. En faktor er den rent ernæringsmæssige, og nu, hvor fedtafgiften er trådt i kraft, er det også interessant på den måde, at man eksempelvis ved yoghurt og is kan gå langt ned i fedt, uden at det får produkterne til at smage af mindre,” siger Claus Andersen.

Christian Erin-Madsen, chm@lf.dk

JUBILÆER:

1. februar | 25 år

Frede Juulsen, senior vicepresident, Arla Foods, Viby J.

1. februar | 40 år

Hans Jørgen Biller, afdelingsleder, Arla Foods, Rødkærsbro.

1. februar | 40 år

Niels Ingvar Kyed, teknologichef, Arla Foods, Høgelund.

2. februar | 25 år

Michael Bo Suldrup, produktionsleder, Arla Foods, Slagelse.

RUNDE FØDELS DAGE

6. januar | 50 år

Kim Søvang, PTU-chef, Arla Foods, Gjesing Mejeri.

4. februar | 50 år

Bjarne Futtrup Andersen, driftsleder, Them Andelsmejeri.

6. februar | 50 år

Anders Hjørnholm, controller, Arla Foods Ingredients, Videbæk.

DØDSFALD

H.P. Sørensen

Tidligere koncerndirektør i Arla Foods, H. P. Sørensen, er død i en alder af 75 år. Efter forskellige lederfunktioner på en række mejerier blev han i 1977 medlem af direktionen i MD Foods frem til 2000. Han besad også en række tillidsposter i forskellige organisationer i mejeribrugget, herunder bl.a. formand for Blueforeningen.

Knud Harck

Tidligere bestyrelsesmedlem og formand for Mejeriforeningen, gdr. Knud Harck, er død i en alder af 73 år. Knud Harck var formand for Kløver Mælk, hvilket førte til medlemskab af Mejeriforeningens bestyrelse i 1990. Her blev han næstformand i 1992 og formand fra 1995 til 1998.

Send bidrag til navne og noter

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

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

Mælkeprisen klar til forslag

Mejeriforeningen efterlyser forslag til Mejeribruggets Initiativpris, som skal være fremme senest 27. januar. Så hvis du kender nogen, som har gjort en særlig indsats for mejeribrugget i det forløbne år, eller har du oplevet et nyt produkt eller en smart måde at gøre tingene på, så har du mulighed for at indstille ham, hende, virksomheden eller produktet til Mejeribruggets Initiativpris - også kaldet Mælkeprisen. Det er 5. gang, at prisen på 25.000 kr. uddeles. Sidste år fik Arla Foods Ingredients prisen for det nye mælkeprotein til PKU-patienter. Tidligere har brødrene Price, miljøchef Jan Dalsgaard Johannesen og forskningschef Jacob Holm Nielsen fået prisen. Send din indstil-



Brødrene Price fik initiativprisen i 2010 for deres kærlige forhold til smør.

ling senest den 27. januar 2012 til *Sanne Bastholm*, sba@if.dk. Prisen uddeles på Mejeriforeningens generalforsamling d. 19. april 2012. Se mere om prisen på www.lfmedlem.dk.

Tilfredse læsere

83,1 pct. af mejeris læsere er enten tilfredse eller meget tilfredse med bladet, mens 1,2 pct. er enten utilfredse eller meget

mejeri

rundspørge, som 200 af mejeris læsere har deltaget i efteråret 2011. Dette er signifikant

utilfredse. 15,8 pct. ved ikke rigtig, hvad de skal mene om bladet. Det er en af konklusionerne i en

bedre end sidst læserne blev spurgt i 2007, hvilket tyder på at omlægningen af bladet i 2007 har været til det bedre. Den procentvise andel af læsere, som er 'helt enige' i, at bladet er 'relevant og vedkommende', 'indbydende', 'troværdigt' og 'bidrager med ny viden', er enten fordoblet eller tredoblet fra 2007 til 2011.

Se mere om begge undersøgelser på www.lf.dk/mejeri og Medlemsforum.

Mejeribruggets Dag sætter fokus på mælkemarkedet

Når mejerifolket d. 8. februar samles på Kold College til Mejeribruggets Dag, vil omdrejningspunktet for de faglige indlæg være forskellige vinkler på mælkemarkedet. Over to timer vil forskellige fagpersoner fra både organisationer og virksomheder give deres bud på markedskræfter, priser og kvalitet både med internationalt perspektiv og med perspektivet for den enkelte mælkeproducent. Om formiddagen indledes programmet med virksomhedsbesøg hos Dairy Fruit i Odense.

Ud over de faglige foredrag er der sædvanen tro åbent på skole og træningsmejeri, og dagen rundes af med kredsudstilling, hvor elever fra kokkelinjen byder på egne kreationer som eksempler på innovativ madlavning med danske mejeriprodukter.



Kokkeelever fra Kold college byder på smagsprøver - her ses de på Landsmejeriudstillingen 2011.

FOTO: BIRGITTE RØDKÆR

Sidste år deltog over 500 i arrangementet, så der er rig mulighed for at netværke.

Se hele programmet på www.mejeribruggetsdag.dk Gratis tilmelding bedes foretaget inden d. 27. januar til *Hanne Haubo* (hha@if.dk).

Mælkesporet går til Himmerland

Thise Mejeri viser sporbarhed ved hjælp af 'foodtag'



Kom helt tæt på landmændene, køerne og mejeriet, der står bag den nye Thise-Änglamark minimælk fra Himmerland. Ved at scanne QR koden på minimælkkartonen med din smartphone kan du læse om de 10 gårde, hvor Thise Mejeri hver dag afhenter mælken til minimælken. Alternativt kan du læse om gårdene på www.thise.dk

Oprindelse og sporbarhed i centrum

Udover de generelle oplysninger om Thise Mejeri og de himmerlandske landmænd, åbner den todimensionelle strejkode op for oplysninger om indholdet i netop den mælkekarton, man som forbruger står med i hånden.

Vi åbner en del af vores database, som løbende opdateres med aktuelle oplysninger om blandt andet: Mælkens afhentningstidspunkt på de enkelte gårde, mælkemængde, temperatur, tankvognsnummer, chauffør, ankomst til mejeri, pasteuriseringstemperatur- og tidspunkt, operatør i skummesalen og meget mere. Det er næsten som at købe mælk ved stalddøren eller i mejeriusalget.

Foodtag har udviklet det uafhængige sporbarhedssystem, der kan give information om enhver fødevarer vej til forbrugeren.



foodtag
traceability system



ÅBENLYS OG GENNEMSIGTIG