

# Anmeldelse af Landsmejeriudstillingen 1995

*Af forstander*

*J.M. Buch Kristensen  
samt mejerilærerne*

*Knud Hansen,*

*Gunnar Bak Andersen og*

*Paul Stein Jensen,*

*Dalum tekniske Skole,*

*Mejeribrugets*

*Uddannelsescenter*

## Indtryk fra udstillingen

*Af J.M. Buch Kristensen*

Et bord med alle de produktnyheder, som dansk mejeribrug har udviklet siden sidste Landsmejeriudstilling, var det første, man mødte, da man i år kom ind i Hal H. Det var straks med til at stemme forventningerne højt - Og man blev ikke skuffet!

Forventningerne var høje, fordi Landsmejeriudstillingerne igennem de sidste år stadig har perfektioneret sig selv. Arrangørerne - Foreningen af Danske Osteproducenter, Foreningen af Mejeriledere og funktionærer og Foreningen Danmarks Privatmejerier - har forstået at lytte til alle de mange forslag til forbedringer, der hvert år fremkommer.

### Alle er med

Det er tidligere blevet sagt, at Landsmejeriudstillingen er dansk mejeribrugs festdage - og sådan opleves det igen i år. - Alle mødte "mand af hus" - fra den administrerende direktør til 1.-års lærlingen. Det er blevet traditionen, og sådan skal det være.

- Også produkterne på udstillingen er præget af, at alle vil være med. Der var i år kun fem mejerier i Dan-

mark, som ikke udstillede deres mejeriprodukter.

Det er ikke bare få og enkelte udvalgte produkter, mejerierne sender til udstillingen. - Nej, mejerierne sender et stort produktsortiment, så hele bredden er med. Det samme gør sig gældende for mejeribrugets leverandørvirksomheder, der også er meget bredt repræsenteret på udstillingen. Det er glædeligt.

### Nyhederne er i fokus i år

Bredden er med, men det er så sandelig også kvaliteten - og nyhederne. Det ville være forståeligt, hvis mejerierne tilbageholdt deres produktnyheder af konkurrencemæssige hensyn, men det er heldigvis ikke tilfældet.

Var der specielt én ting, der prægede udstillingen i år, var det netop de mange nyheder.

Den største nyhed skal nævnes først. Det var, at mælkekonservesprodukterne var med. Desværre ikke således, at de indgik i en bedømmelse, men som en produktpræsentation. Det er en god begyndelse. - Vi kan håbe på, at mælkekonservesprodukterne til næste år er med som en fuldgyldig del af Landsmejeriudstillingen. Mælkekonservesproduktionen udgør trods alt ca. en tredjedel af dansk mejeribrugs omsætning.

Vi skal også gerne have iscreme-produkterne med. De hører med til mejerifamilien. Vi skulle gerne se næst i 1998, hvor den store verdens mejerikongres skal foregå i Danmark, have både mælkekonserves og iscreme med.

Fremtidens trend peger helt sikkert mod de økologiske produkter. - Derfor indgik de i år helt selvfølgelig i selvstændige bedømmelsesgrupper.

### Fornem islandsk præsentation

De islandske mejerier var inden for de forskellige produktionsområder repræsenteret som en selvstændig gruppe, der var blevet bedømt på

lige fod med de danske produkter.

Islænderne præsenterede en meget flot udstilling, og det gav et fornemt indtryk af det islandske mejeribrugs høje stadi. - Men de har jo også gået i en god skole!

Det var herligt, at islænderne deltog - de var med til at give udstillingen et bredere præg. Nu mangler vi bar nordmændene og svenskerne! Mon ikke især nordmændene er interesserede. - Det behøver jo ikke at være en årlig begivenhed, at man har alle de nordiske lande repræsenteret. Det vil være en god ide, om man næste år inviterede nordmændene til at udstille på samme måde, som islænderne gjorde i år. På den måde kunne man evt. hvert år have et af de nordiske lande med på skift. Det ville være en god nyskabelse og også forhøje udstillingens faglige niveau, at man havde nogle mejeriprodukter fra et andet ligeværdigt land at sammenligne sig med.

### Mange danske produktnyheder

Af danske produktnyheder skal nævnes, at der var udstillet en Danbo-ost fra MD Foods, syret med Cultura-kultur. Hellevad Andersmejeri præsenterede en fisket ost - Nordby - der var flad på den ene side og hvælvet på den anden. Skodborg udstillede en mini Fontina (Great Dane). Der var Tholstrups nye Marquis. Fra Bornholm en røget Sct. Clemens Bleu. Som noget helt specielt en Pasta Filata-Formaggio og Blå Bertil fra MD Foods, samt en økologisk Gou-Dan fra Naturmælk. De nye smørblandingsprodukter var repræsenteret med Greenlea og Sainsbury ligesom der var Gammeldags Jubilæums smør, Jubilæums Dessert, Jubilæums Yoghurt og Jubilæums Kvarg fra MD Foods.

Der var således mange nyheder blandt de 788 forskellige oste, 69 smørprøver og 259 konsummælksprodukter, der var udstillet i år. Der var rekorddeltagelse, men vi er efterhånden vant til, at udstillingen hvert år slår sin egen rekord.



Særlige mange nyheder blev præsenteret i år ved indgangen til Hal H - indgangen til mejeribrugets festdage. Nyheder såvel produkt- som emballagemæssigt. Eksempelvis kan nævnes en roget ost, krydrede dip til snacks, rød cellufan-embalage, drikke-Gaio i slim-line karton, en ost tilsat Cultura-kultur og diverse jubilæumsprodukter fra MD Foods.

## Smør af høj kvalitet

Af mejerilærer Knud Hansen

Ud af de 61 mærker smør og syv blandingsprodukter, der i år var udstillet, var der kun bemærkninger ved otte udstillingsnumre. Med et gennemsnit på 12,3 for smør og 11,7 for blandingsprodukter, kan det fastslås, at dansk smør er af høj kvalitet!

Der blev uddelt ti guldmedaljer og højeste karakter blev 13,6 med MD Foods Holstebro på førstepladsen og tildeling af Fællesorganisationens ærespræmie. Holstebro Mejeri var tæt forfulgt af MD Foods Varde. MD Foods Rødkærsbro opnåede 13,0 for det bedste blandingsprodukt, og Naturmælk fik 12,6 for det bedste økologiske smør.

Det islandske smør var gemt godt af vejen blandt de mange spændende oste på den islandske stand.

Det er svært at lave standen med smør lige så synlig som standene med ost og konsummælk. Der er færre produktionssteder, og variation i pakning og indhold er ikke så stort for smør. Måske ville bøttestørret fremtræde flottere og mere spændende, hvis det var overskåret, ligesom det er ved bedømmelsen.

### Økologisk smør

Det er første gang, at økologisk smør har været præsenteret med så mange mærker og så høj kvalitet. Det økologiske smør stod sammen med de andre økologiske produkter, men det kunne også have pyntet på bordet med det øvrige smør. Med et gennemsnit på 11,7, og hvor udseende og konsistens var i top, fortjener det sammenligning med det mere traditionelle smør.

Økologisk smør har en kraftigere smørsmag end det mildt syrnede I.B.S. smør, hvilket dommerne også har været opmærksomme på.

## Righoldigt udvalg af konsumprodukter

Af Gunner Bak Andersen

De økologiske konsummælksprodukter havde fået deres eget selvstændige hold, og med fly fra Island var kommet et flot udvalg af især syrnede konsummælksprodukter, samt desserter. Det var to gode nyskabelser ved Landsmejeriudstillingen '95.

Det høje kvalitetsniveau for konsummælksprodukter, som vi har set i de seneste år, er fastholdt, og uden at gå i statistiske detaljer, er det indtrykket, at kvaliteten, totalt set, var endnu bedre end sidste år.

Fællesorganisationens ærespræmie gik til Holstebro, P-amba med 13,8 for Tykmælk. De øvrige produkter, som på udstillingen lå højest over gennemsnittet i deres grup-



På Landsmejeriudstillingen '95 var der udstillet 211 konsumprodukter. Heraf var 25 økologiske og 44 fra Island.

pe, og dermed blev belønnet med guldmedalje og ærespræmie, var: Hirtshals Andelsmejeri med 15,0 for Letmælk - Tyrstrup, P-amba med 13,4 for A 38 - Holstebro, P-amba med 13,4 for A 38 - Bornholms Andelsmejeri med 14,2 for Yoghurt med Müsli - Brabrand, P-amba med 14,2 for Jubilæums Yoghurt med fersken - Slagelse, P-amba med 14,2 for citronfromage - Hobro, P-amba med 15,0 for økologisk sødmælk - Borganes, Island med 14,6 for Tykmælk med 6 korn/fersken.

Der blev udstillet 211 mærker (15 flere end sidste år). Heraf var de 25 økologiske. 35 mærker havde fået en eller flere bemærkninger. Antallet af emballagefejl (brændt svejsesøm, produktrest udvendig, dårlig lukning, utydelig dato o.lign.) var glædeligvis reduceret til 13, hvilket kun er ca. en tredjedel af sidste års niveau. 29 mærker (også færre end sidste år) havde fået bemærkninger vedrørende konsistens, lugt og smag. Langt de fleste af fejlene var dog ikke alvorlige, hvilket da også ses af, at kun fire mærker fik under 9 i hovedkarakter.

Som nævnt i indledningen bidrog de islandske mejerier med et righoldigt udvalg af konsummælksprodukter (44 mærker), heriblandt Skýr som noget typisk islandsk. På trods af den lange rejse, bl.a. flytransport, fremstod produkterne som værende af høj kvalitet og som absolut ligeværdige "kolleger" til de danske produkter.

Det er glædeligt atter i år at kunne konstatere, at den gode råvare -

mælken - både i Danmark og i Island, behandles af dygtige mejerifagfolk, og forædles til konsummælksprodukter af meget høj kvalitet.

## Osteudstilling slår alle rekorder

Af Paul Stein Jensen

Landsmejeriudstillingen kunne i år fremvise et imponerende udvalg af oste. Der var i alt udstillet 784 oste, heraf 72 fra Island. Der var således 712 danske oste mod 650 sidste år, og det må siges at være imponerende.

### Flot sortiment

Det synes ved første øjekast, som om kvaliteten på de udstillede oste var bedre end i fjor. Ved anmeldelsen sidste år nævnte jeg det våde efterår som en mulig årsag til de problemer, der var ved nogle af osteene, og hvis vi sammenligner osteene fra de sidste to år og tænker på forskellen i vejrliget mellem 1994 og 1995, kan det måske vise sig, at der noget om snakken.

Fællesorganisationens ærespræmie, der i år var lig med den højeste karakter på 13,6 gik til privatmejeriet Ullerslev for en 12 uger gammel 50+ Danablu. Rart at se, at andre end de store produktionssteder

kan fremstille produkter af høj kvalitet, så et stort tillykke til Niels Stage Pedersen og hans mandskab fra Ullerslev.

I år var der som nævnt et flot sortiment af oste fra Island, og det må hilses velkommen, at islændingene vil ofre så meget på at være til stede ved en dansk udstilling. Der er blandt de islandske oste mange spændende emner og mht. kvaliteten er man på Island fint med.

Økologiske oste blev efterlyst sidste år. 34 af slagsen var i år at finde på et bord med økologiske mejeriprodukter, og kvaliteten af disse oste var omtrent som for de øvrige oste. Det er dog et spørgsmål, om man ikke med fordel kunne bedømme de økologiske oste i de grupper, hvor de naturligt ville høre til. Det ville give et mere regulært sammenligningsgrundlag, men det er jo en politisk beslutning.

### Ny bedømmelsesform

Sidste år foreslog jeg at give de lagrede oste mulighed for at kunne være med i kapløbet om Fællesorganisationens ærespræmie, og min sandten om så ikke denne eftertragtede pris netop går til en lagret ost. Måske bør man tænke over, om de gule oste i denne gruppe har det for svært sammen med skimmeloste, der jo ikke i samme omfang kan få skorpeproblemer.

Som noget nyt var de udskårne og pakkede oste i år delt op i to grupper - én for skimmeloste, og én for alle de andre. Ved bedømmelsen

blev ydre og farve bedømt samlet for begge grupper, og først derefter blev ostenes øvrige egenskaber bedømt af de respektive dommerhold. Der blev indlagt forskellig vægtning for egenskaberne, og hovedkarakteren blev herefter udregnet.

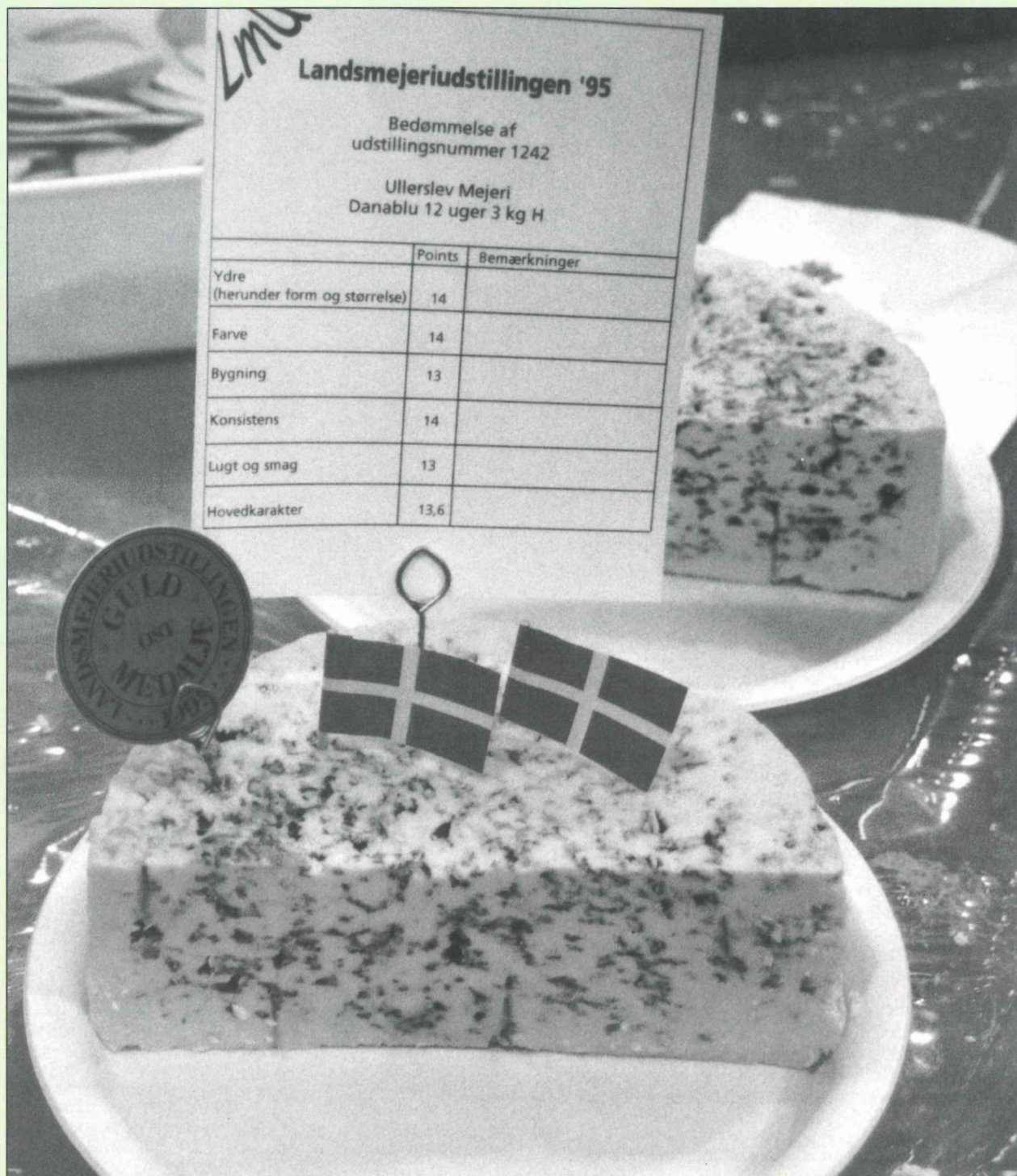
Betrakter man på gennemsnittet i de enkelte grupper, ser man tydeligt højeste gennemsnit i gruppe 1 og gruppe 2. Det kunne få en og anden til at overveje, om det er rig-

tigt at bruge den almindelige bedømmelsesmodel for disse oste, eller om man skulle lave en ny for gruppe 1 og 2. Måske kunne man nøjes med at vurdere tre egenskaber mod de nuværende fem. Det kunne f.eks. være ostens ydre, ostens indre, herunder farve, bygning og konsistens og endelig ostens lugt og smag.

Generelt kan man igen sige, at dansk mejeribrug kan være stolt

over denne imponerende udstilling. Man må immervæk huske, at der ikke er så mange osterier tilbage i Danmark, men de, der er tilbage, kan til gengæld præstere et meget stort og varieret sortiment af en meget høj kvalitet. Derfor synes fremtiden for dansk osteproduktion sikret, for der bliver lagt megen kreativitet for dagen på mejerierne.

□



**Landsmejeriudstillingen '95**

Bedømmelse af udstillingsnummer 1242

Ullerslev Mejeri  
Danablu 12 uger 3 kg H

	Points	Bemærkninger
Ydre (herunder form og størrelse)	14	
Farve	14	
Bygning	13	
Konsistens	14	
Lugt og smag	13	
Hovedkarakter	13,6	

Årets vinder af Fællesorganisationens ærespræmie inden for ost blev en lagret Danablu fra Ullerslev Mejeri på Fyn. Osten blev bedømt i hold 12 for lagrede og mellemlagrede oste.

# C O N V E N I E N C E

FØDEVARER - EMBALLAGER - DETAILHANDEL

*Om 5 til 10 år køber vi ikke ind i supermarkedet, spør nogle fremtidsforskere. Vi homeshopper eller tager på elektronisk indkøbstur på hjemmecomputeren. Hvad kommer det til at betyde for fødevarerindustriens anstrengelser for at producere nye og spændende produkter og emballageindustriens for at producere bedre, mere forbrugervenlige og iøjnefaldende emballager til fødevarerne?*

Af Anna Marie Thøgersen

## En fejltagelse

Den skal sælge det den beskytter - og beskytte det den sælger.

Nogen gange er den svær at åbne, andre gange kan vi ikke lukke den igen.

Den belaster miljøet, og regeringer verden over udtænker planer for måder at genanvende eller komme af med den på.

Den fylder meget i skraldespanden og i bevidstheden. Amerikanske undersøgelser viser, at forbrugerne tror, at den udgør 30% af al skrald på en losseplads.

Fødevareremballagen er en ofte udskældt størrelse.

Samfundsmæssigt er det en stor fejltagelse at fokusere så meget på emballagen i miljødebatten, siger svenske Gunilla Jönson, der er professor i emballageteknik på Lunds Tekniske Højskole. Hun påpeger, at der ville gå mange ressourcer til spilde, hvis vi ikke havde så effektive emballager. (1)

Et eksempel: Når vi køber en kylling i et supermarked, er fjerkræet befriet for fjer, fødder, hoved og indvolde. I gamle dage blev disse restprodukter smidt på møddingen. I dagens storproduktion bliver fjerene brugt i puder og dyner, indvolde til produktion af hundemad o.s.v.

Fødevareremballagen har mange oversete positive funktioner i det moderne samfund. Den forebygger bl.a. sygdomme og minimerer madspild. Iøvrigt udgør den kun omkring 10% af al skrald på en losseplads. (2)

Men fødevareremballagen er ikke altid lige hensigtsmæssig eller nem at håndtere.

Og hvordan skal den sælge varen, hvis forbrugerne om 10 år homeshopper eller tager på elektronisk indkøbstur?

## En gaspakket bøf? - velbekomme!

Flemming Honum, informationschef i Dansk Supermarked har gennem mange år talt forbrugernes sag, når fødevarer i uhensigtsmæssige emballager fandt vej til supermarkedets hylder. - Det kræver jo ikke en højere handelseksamen at stille sig op i kassekøen hos Netto og se, hvor mange 1-liters mælk forbrugerne slæber hjem en torsdag af-

ten - Hvorfor tog mejeribrugret ikke selv initiativ til at emballere mælken i større kvantum, som den 2-liters plastdunk Dansk Supermarked introducerede for kort tid siden.

Et andet eksempel, som Flemming Honum uden besvær giver, er de mange såkaldte "gaspakkede" fødevarer, der er lanceret gennem de senere år. - Teknikken med at emballere fødevarer ved hjælp af modificeret atmosfære/gaspakning er udmærket. Men når „ingeniørsproget“ kommer med helt i front i forbruger/indkøbssituationen, så er det dårlig markedsføring, siger Flemming Honum - for hvem har lyst til at sætte tænderne i en gaspakket ost eller bøf?

- Gaspakning giver fødevarerne en længere holdbarhed, men producenterne skal passe på, at forbrugerne ikke mister tilliden til produkternes friskhed, tilføjer og advarer Flemming Honum.

## Ingeniørløsninger

Disse eksempler og den almene debat om fødevareremballager, foranledigede redaktionen til at arrangere et møde mellem Flemming Honum og repræsentanter fra henholdsvis en fødevarerproducent ved marketingchef Peder Tuborgh, MD Foods og en emballageproducent ved markedschef Holger



(Fra venstre) Holger Grønberg, Danapak, Peder Tuborgh, MD Foods og Flemming Honum, Dansk Supermarked til rundbordssnak om convenience fødevarer i funktionelle emballager.

# FUNKTIONALITET

Grønborg, Danapak.

Foran os på bordet ligger endnu et eksempel på, hvad Flemming Honum betegner som en "ingeniørløsning" - en pakke skivekåret kødpålæg i folie med genluksfunktion. Genlukssvejsningen er imidlertid udført så grundigt, at kun få almindelige forbrugere og slet ingen fra de "svage" grupper som børn og ældre levnes en chance for at åbne pakken uden at ødelægge emballagen.

## Kompromisernes kompromis

Emballagen er for dårlig - og den bruges til mange typer convenience fødevarer inden for hele branchen. Peder Tuborgh og Holger Grønborg tilslutter sig kritikken, men de gør også opmærksom på, at de bedre - og dyrere løsninger i høj grad findes. - Adskillige eksempler herpå dukker nu frem af Holger Grønborgs taske.

Fødevarer- og emballageproducenterne må i deres udviklingssamarbejde tage højde for, hvor mange penge detailhandlen - og forbrugere vil betale for fødevarer i emballager, der fungerer bedre, men har en begrænset brugstid, hvis en sådan eksempelvis kun indeholder 10 skiver ost.

Som repræsentant for emballagebranchen understreger Holger Grønborg, at hans produkt er kompromisernes kompromis: Ved udvikling af et nyt produkt må emballageproducenten være opmærksom på og tage hensyn til krav fra fødevarerudvikler og -tilvirker, miljø- og øvrige myndigheder, salgs- og markedsføringskonceptet, butiksløbet og dets lager- og distributionsforhold og den endelige forbruger.

- Der bliver gjort mere nu, hvor forbrugere har flere penge til husholdningen og ønsker at "købe tid" i form af convenience og mere funktionelle fødevarer, siger Peder Tuborgh og oplyser, at MD Foods som producent af mærkevarer i stigende grad samarbejder med forbrugeren, og at forbrugere altid har del i mejerikoncernens udvikling af nye produkter og emballager.

## Elektronisk indkøbster - det fraværende produkt

Men hvad vil de tre repræsentanter



En ny emballage er oftest resultatet af et kompromis mellem nedenstående aktører.

fra fødevarerhandel og -produktion stille op, hvis forbrugere om 10 år tager på elektronisk indkøbster, sådan som nogle fremtidsforskere spår. Den elektroniske udvikling gør det i dag muligt at homeshoppe, og den p.t. ultimative teknologiske fremtid ligger lige om hjørnet og byder på elektronisk indkøbster.

Homeshopping er efterhånden et kendt begreb i flere lande, især i USA, hvor forbrugere på forskellige måder køber ind, uden at være fysisk til stede i supermarkedet. I Danmark har FDB iværksat et forsøg med homeshopping i landsbyen Velle, hvor forbrugere et par gange om ugen kan bestille varer hjem over PC-eren. Varerne er beskrevet og listet op på skærmen. Forbrugeren bliver altså hverken inspireret af smagsprøver eller iøjnefaldende emballager, når nye fødevarer bliver lanceret.

Virtual retailing - elektronisk indkøbster, er ikke mere fremtidsmusik end, at den engelske supermarkedskæde Sainsbury i dag har et komplet tre-dimensionelt set-up af deres afdeling i Salford. Mange af de praktiske problemer er langt fra løst. Men i teorien kan forbrugeren sidde afslappet foran sin computerskærm og styre sig gennem et billede af et Sainsbury, "tage" varerne ned fra hylderne og vælge

det, han eller hun vil købe. Hvordan skal den emballerede fødevarer gengives på skrift/homeshopping eller billedform/virtual retailing på hjemme-computeren for at opnå størst mulig salgsappeal?

## Indkøbsoplevelser - convenience og funktionalitet

Hverken Flemming Honum, Peder Tuborgh eller Holger Grønborg tror på, at forbrugere vil vælge endsige synes om den elektroniske indkøbsform.

- Forskellige former for homeshopping kan have sin berettigelse og vil være en lettelse for forbrugere, der bor i tyndt befolkede områder som danske landsbyer og nordnorske bygder. Men forbrugere vil stadig frekventere supermarkedet om 10 år. De kommer nemlig for at opleve, sammenligne emballage/produkt - volumen, kvalitet og pris og smage på de nye fødevarer. Flemming Honum føler slet ikke sin branche truet fra den elektroniske kant.

Han tror derimod på, at selvscannersystemer bliver fremtiden. - Så snart det er teknologisk muligt, vil detailhandlen indføre systemer, så forbrugere selv kan scanne hele deres indkøb på een gang. Forbrugere er trætte af

at stå i lange kassekøer. Dem må vi undgå!

- Hvem skal bringe den kolosale mængde af varer ud til forbrugerne? Skal det være postvæsnet, som i dag er den eneste ekspert på forsendelsesområdet. - Eller skal varerne leveres til tankstationerne, så forbrugerne kan hente dem her på vej hjem fra arbejde. Hvad vil det koste, og vil forbrugerne betale prisen - og undvære indkøbsoplevelsen?

Heller ikke Peder Tuborgh tror på den elektroniske fremtid. Han kan imidlertid sagtens se, hvordan fødevarer skulle markedsføres, hvis home-shopping bliver fremtiden. - Flere TV-reklamer med endnu mere raffinerede lanceringer af varerne. Resultatet bliver, at forbrugerne i endnu højere grad end i dag får svært ved at genkende produktet i sin fysiske form.

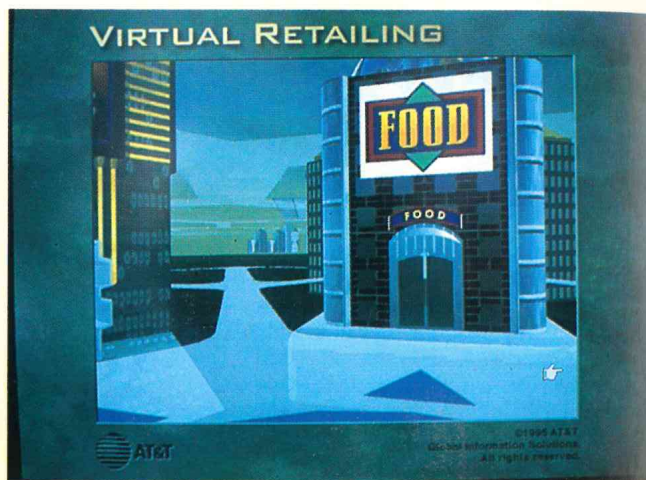
- En grafisk gengivelse af emballager tilpasset en elektroniske indkøbsform er ikke noget problem for emballageproducenter, der i forvejen designer alle deres produkter i tredimensionel computergrafik. Den ultimative elektroniske indkøbsform er den mindst truende for Holger Grønborg, som nu vender tilbage fra den teknologiske flyvetur og giver sit bud på emballageproducenternes fremtid.

- Den politiske forbruger vil inden

*Om 5 til 10 år tager forbrugerne på elektronisk indkøbstur i stedet for at gå i supermarkedet - spår nogle fremtidsforskere.*

længe kræve en deklaration på, hvorledes emballagen er sammensat - hvilke stoffer og materialer den indeholder. - Emballagen kommer til at fylde fortsat mindre og besidde endnu flere egenskaber - både med hensyn til at sælge og beskytte det, den sælger.

Konklusionen på denne rundbords snak om produkt/emballage og indkøbsformer må være, at både fødevarer og indkøbssituation skal byde på mest mulig convenience og funktionalitet for forbrugeren. □



Referencer:

(1) Emballage Magasinet nr. 2 1995, Danisco Pack, Brøndby.

(2) MAPP working paper no. 7, 1993: Overvejer forbrugerne emballagens funktions- og miljøegenskaber, når de køber fødevarer. Af Tino Bech-Larsen. Institut for Markedsøkonomi, Aarhus.



## CIP-CENTRAL

skræddersyet  
efter  
Deres behov

CIP-centraler  
kan udformes  
som units.

Det viste anlæg  
er for 25.000l/t.

**KOLDING  
gruppen** 

Haderslevvej 36  
6000 Kolding  
Tlf. 75 52 77 00

# C O N V E N I E N C E

FØDEVARER - EMBALLAGER - DETAILHANDEL

*Om 5 til 10 år køber vi ikke ind i supermarkedet, spør nogle fremtidsforskere. Vi homeshopper eller tager på elektronisk indkøbstur på hjemmecomputeren. Hvad kommer det til at betyde for fødevarerindustrens anstrengelser for at producere nye og spændende produkter og emballageindustriens for at producere bedre, mere forbrugervenlige og iøjnefaldende emballager til fødevarerne?*

Af Anna Marie Thøgersen

## En fejltagelse

Den skal sælge det den beskytter - og beskytte det den sælger.

Nogen gange er den svær at åbne, andre gange kan vi ikke lukke den igen.

Den belaster miljøet, og regeringer verden over udtænker planer for måder at genanvende eller komme af med den på.

Den fylder meget i skraldespanden og i bevidstheden. Amerikanske undersøgelser viser, at forbrugerne tror, at den udgør 30% af al skrald på en losseplads.

Fødevareremballagen er en ofte udskældt størrelse.

Samfundsmæssigt er det en stor fejltagelse at fokusere så meget på emballagen i miljødebatten, siger svenske Gunilla Jönson, der er professor i emballageteknik på Lunds Tekniske Højskole. Hun påpeger, at der ville gå mange ressourcer til spilde, hvis vi ikke havde så effektive emballager. (1)

Et eksempel: Når vi køber en kylling i et supermarked, er fjerkræet befriet for fjer, fødder, hoved og indvolde. I gamle dage blev disse restprodukter smidt på møddingen. I dagens storproduktion bliver fjerene brugt i puder og dyner, indvolde til produktion af hundemad o.s.v.

Fødevareremballagen har mange oversete positive funktioner i det moderne samfund. Den forebygger bl.a. sygdomme og minimerer madspild. Iøvrigt udgør den kun omkring 10% af al skrald på en losseplads. (2)

Men fødevareremballagen er ikke altid lige hensigtsmæssig eller nem at håndtere.

Og hvordan skal den sælge varen, hvis forbrugerne om 10 år homeshopper eller tager på elektronisk indkøbstur?

## En gaspakket bøf? - velbekomme!

Flemming Honum, informationschef i Dansk Supermarked har gennem mange år talt forbrugernes sag, når fødevarer i uhenigtsmæssige emballager fandt vej til supermarkedets hylder. - Det kræver jo ikke en højere handelseksamen at stille sig op i kassekøen hos Netto og se, hvor mange 1-liters mælk forbrugerne slæber hjem en torsdag af-

ten - Hvorfor tog mejeribrugret ikke selv initiativ til at emballere mælken i større kvantum, som den 2-liters plastdunk Dansk Supermarked introducerede for kort tid siden.

Et andet eksempel, som Flemming Honum uden besvær giver, er de mange såkaldte "gaspakkede" fødevarer, der er lanceret gennem de senere år. - Teknikken med at emballere fødevarer ved hjælp af modificeret atmosfære/gaspakning er udmærket. Men når „ingeniørsproget“ kommer med helt i front i forbruger/indkøbssituationen, så er det dårlig markedsføring, siger Flemming Honum - for hvem har lyst til at sætte tænderne i en gaspakket ost eller bøf?

- Gaspakning giver fødevarerne en længere holdbarhed, men producenterne skal passe på, at forbrugerne ikke mister tilliden til produkternes friskhed, tilføjer og advarer Flemming Honum.

## Ingeniørløsninger

Disse eksempler og den almene debat om fødevareremballager, foranledigede redaktionen til at arrangere et møde mellem Flemming Honum og repræsentanter fra henholdsvis en fødevarerproducent ved marketingchef Peder Tuborgh, MD Foods og en emballageproducent ved markedschef Holger



(Fra venstre) Holger Grønberg, Danapak, Peder Tuborgh, MD Foods og Flemming Honum, Dansk Supermarked til rundbordssnak om convenience fødevarer i funktionelle emballager.



# FUNKTIONALITET

Grønborg, Danapak.

Foran os på bordet ligger endnu et eksempel på, hvad Flemming Honum betegner som en "ingeniørløsning" - en pakke skivekåret kødpålæg i folie med genluksfunktion. Genlukssvejsningen er imidlertid udført så grundigt, at kun få almindelige forbrugere og slet ingen fra de "svage" grupper som børn og ældre levnes en chance for at åbne pakken uden at ødelægge emballagen.

## Kompromisernes kompromis

Emballagen er for dårlig - og den bruges til mange typer convenience fødevarer inden for hele branchen. Peder Tuborgh og Holger Grønborg tilslutter sig kritikken, men de gør også opmærksom på, at de bedre - og dyrere løsninger i høj grad findes. - Adskillige eksempler herpå dukker nu frem af Holger Grønborgs taske.

Fødevarer- og emballageproducenterne må i deres udviklingssamarbejde tage højde for, hvor mange penge detailhandlen - og forbrugere vil betale for fødevarer i emballager, der fungerer bedre, men har en begrænset brugstid, hvis en sådan eksempelvis kun indeholder 10 skiver ost.

Som repræsentant for emballagebranchen understreger Holger Grønborg, at hans produkt er kompromisernes kompromis: Ved udvikling af et nyt produkt må emballageproducenten være opmærksom på og tage hensyn til krav fra fødevarerudvikler og -tilvirker, miljø- og øvrige myndigheder, salgs- og markedsføringskonceptet, butiksløbet og dets lager- og distributionsforhold og den endelige forbruger.

- Der bliver gjort mere nu, hvor forbrugerne har flere penge til husholdningen og ønsker at "købe tid" i form af convenience og mere funktionelle fødevarer, siger Peder Tuborgh og oplyser, at MD Foods som producent af mærkevarer i stigende grad samarbejder med forbrugeren, og at forbrugerne altid har del i mejerikoncernens udvikling af nye produkter og emballager.

## Elektronisk indkøbster - det fraværende produkt

Men hvad vil de tre repræsentanter



En ny emballage er oftest resultatet af et kompromis mellem nedenstående aktører.

fra fødevarerhandel og -produktion stille op, hvis forbrugerne om 10 år tager på elektronisk indkøbster, sådan som nogle fremtidsforskere spår. Den elektroniske udvikling gør det i dag muligt at homeshoppe, og den p.t. ultimative teknologiske fremtid ligger lige om hjørnet og byder på elektronisk indkøbster.

Homeshopping er efterhånden et kendt begreb i flere lande, især i USA, hvor forbrugerne på forskellige måder køber ind, uden at være fysisk til stede i supermarkedet. I Danmark har FDB iværksat et forsøg med homeshopping i landsbyen Velle, hvor forbrugere et par gange om ugen kan bestille varer hjem over PC-eren. Varerne er beskrevet og listet op på skærmen. Forbrugeren bliver altså hverken inspireret af smagsprøver eller iøjnefaldende emballager, når nye fødevarer bliver lanceret.

Virtual retailing - elektronisk indkøbster, er ikke mere fremtidsmusik end, at den engelske supermarkedskæde Sainsbury i dag har et komplet tre-dimensionelt set-up af deres afdeling i Salford. Mange af de praktiske problemer er langt fra løst. Men i teorien kan forbrugeren sidde afslappet foran sin computerskærm og styre sig gennem et billede af et Sainsbury, "tage" varerne ned fra hylderne og vælge

det, han eller hun vil købe. Hvordan skal den emballerede fødevarer gengives på skrift/homeshopping eller billedform/virtual retailing på hjemmecomputeren for at opnå størst mulig salgsappeal?

## Indkøbsoplevelser - convenience og funktionalitet

Hverken Flemming Honum, Peder Tuborgh eller Holger Grønborg tror på, at forbrugerne vil vælge endsige synes om den elektroniske indkøbsform.

- Forskellige former for homeshopping kan have sin berettigelse og vil være en lettelse for forbrugere, der bor i tyndt befolkede områder som danske landsbyer og nordnorske bygder. Men forbrugerne vil stadig frekventere supermarkedet om 10 år. De kommer nemlig for at opleve, sammenligne emballage/produkt - volumen, kvalitet og pris og smage på de nye fødevarer. Flemming Honum føler slet ikke sin branche truet fra den elektroniske kant.

Han tror derimod på, at selvscannersystemer bliver fremtiden. - Så snart det er teknologisk muligt, vil detailhandlen indføre systemer, så forbrugerne selv kan scanne hele deres indkøb på een gang. Forbrugerne er trætte af

# Effektiviseret osteproduktion og pakkeri

**Bov Mejeri, som producerer og eksporterer oste, har effektiviseret produktionen og pakkeriet ved at anskaffe checkvejere og fuldautomatisk etiketteringsudstyr. Investeringen har bl.a. betydet, at virksomheden nu har 100 procent kontrol med hver enkelt ost.**

*Af marketingchef  
Kim Jørgensen  
Scanvægt A/S*

»Vi er meget tilfredse med de nye anlæg«, udtaler Børge Østergaard, mejerichef på Bov Mejeri. »Anlæggene har nu været i drift i et par måneder, og vi kan allerede se fordelene. Vi har opnået fuld kontrol med hver enkelt ost, der går gennem mejeriet, hvilket har forbedret vores udbyttekontrol, og vi har øget effektiviteten i pakkeriet. Mere kan vi ikke forlange.«

Bov Mejeri regner med at have tjent investeringen hjem på mindre end to år.

## Forbedret udbyttekontrol

Bov Mejeri producerer hvert år omkring 9.000 ton ost, hvoraf en væsentlig del af produktionen eksporteres. For at forbedre udbyttekontrollen investerede mejeriet i en række checkvejere fra Scanvægt.

Den første kontrol sker umiddelbart efter, at ostene har været igennem efterpresseren. Checkvejerer registrerer, hvor meget hver enkelt ost vejer og registrerer de oste, som ikke overholder de fastsatte vægtgrænser. Ved at frasortere overvægtige og undervægtige oste sikres en ensartet kvalitet.

Ud fra vægten afgøres det, hvilken efterbehandling ostene skal have, og samtidig indtastes pH-værdien. Vejerresultaterne for hver enkelt batch samt oplysningerne om efterbehandling og pH-værdi samles på en PC i driftslederens kontor, hvorfra der løbende udskrives lister.

På denne måde kan driftslederen følge hver enkelt batch i produktion.

»Det har betydet, at vi hurtigere kan gribe ind i produktionen«, fremhæver Børge Østergaard. »Eventuelle problemer bliver derfor hurtigt rettet.«

Den sidste serie af checkvejere er placeret efter pakkeriet. »På denne måde har vi en fuldstændig

udbyttekontrol. Vi ved, hvor meget mælk, vi har fået ind, og hvor mange kg oste vi har produceret. Vi ved, hvilken behandling vi har givet dem. Det giver os mulighed for hele tiden at optimere produktionen.«

## Fuldautomatisk etikettering

I pakkeriet har Bov Mejeri installeret Scanvægts fuldautomatisk etiketteringsanlæg med dynamisk vejning. Etiketteringsanlægget har betydet en effektivisering af arbejdet i pakkeriet, som tidligere foregik manuelt.

Efter at ostene har fået sat pyn-teetiket på, passerer de etiketteringsanlægget. Her bliver ostene først vejret og efterfølgende bliver oplysningerne printet på etiketten, som sættes på produktet.

»Det er noget hurtigere end manuel etikettering«, udtaler Børge Østergaard. »Vores problem nu er ikke etiketteringen, men derimod om vi kan få rejst kasserne hurtigt nok.«

Når ostene er etiketteret, pakkes de i kasser, hvorefter der påsættes en totaletiket. Til sidst udskrives en palleetiket.

## EAN 128 – palleetiket

»En anden fordel ved etiketteringsanlægget er den fleksibilitet, vi opnår mht. layout og stregkoder. For kort tid siden stillede en kunde krav om, at vore palleetiketter skulle følge den internationale EAN 128 standard for forsendelsesemballage«, fortæller Børge Østergaard.

»EAN 128 er blevet et krav fra flere kunder. Årsagen hertil er blandt andet, at mange detaillister og grossister internationalt ønsker at indføre EDI (elektronisk handel). EDI forudsætter, at man kan følge varen gennem hele distributionskæden fra producent til detaillist, og det kræver, at produk-

forberedt til EAN 128, hvilket satte os i stand til hurtigt at opfylde kundens ønsker. Den mulighed havde vi ikke med det manuelle system.»

### Dataopsamling

Etiketteringsanlægget har betydet en effektivisering af arbejdet i pakkeriet, men samtidig registrerer og opsamler etiketteringsanlægget alle produktionsoplysninger, som sendes tilbage til det administrative system via en PC.

For Bov Mejeri har det betydet, at man vha. vare- og løbenummer kan følge hver enkelt ost fra produktion via pakkeri til kunden.

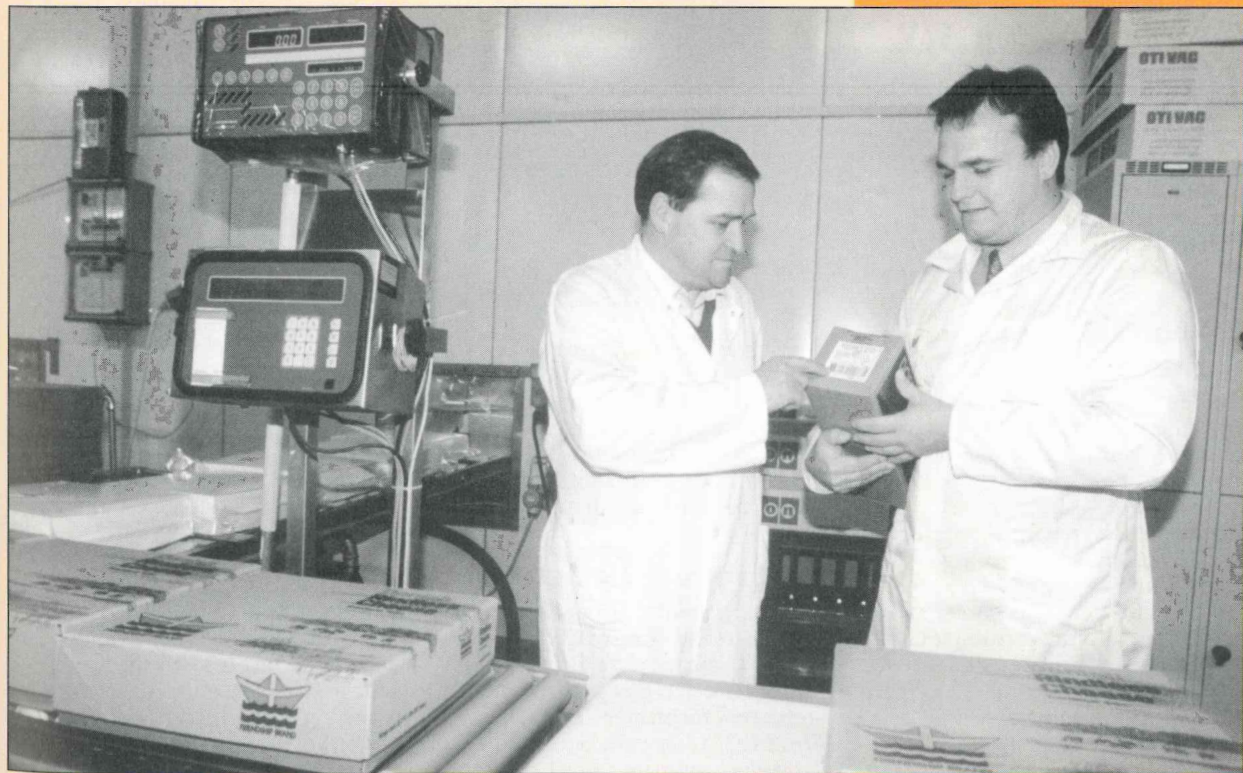
»Vi har heldigvis meget få reklamationer fra kunderne, men når uheldet er ude, kan vi reagere hurtigere og mere målrettet end mange andre, fordi vi vha. varenummeret kan finde ud af, hvornår osten er produceret, og fra hvilket kar og batch den stammer. Hvor det tidligere kunne være nødvendigt at returnere hele sendinger, kan vi nu nøjes med at returnere en del af sendingen. Omvendt kan vi reagere lynhurtigt, hvis andre kunder har modtaget oste fra samme batch. På den måde kan vi standse eventuelle problemer i opløbet«, afslutter Børge Østergaard. ■

terne er mærket. Kunderne ønsker derfor at registrere varerne allerede ved modtagelsen, hvilket sker vha. håndscannere.»

Er der uoverensstemmelser mellem, hvad der er bestilt, og hvad der er leveret, bliver det opdaget med det samme. På denne måde er kunden også i stand til at optimere sin lagerbeholdning. For at kunne gøre dette er det nødvendigt, at leverandørerne anvender standard stregkoder. Ellers er det umuligt at håndtere produkter fra forskellige leverandører. »Kunderne vil ganske enkelt ikke vedligeholde 15-20 forskellige typer af stregkoder. Når det gælder forsendelsesemballage er kravet nu, at vi anvender EAN 128« siger Børge Østergaard.

»Da vi fik kravet, frygtede vi, at vi var låst af systemet, men det viste sig heldigvis, at udstyret var

*Mejerichef  
Børge Østergaard,  
Bov Mejeri (t.v.)  
og distriktchef  
Jesper Dunvad,  
Scanvægt Nordic  
(t.h.) kontrollerer,  
om etiketten på  
emballagen er i orden.*



# FI oplevede store forandringer i 1994

## Omsætningen

Fællesindkøbet har i de seneste år oplevet en meget positiv udvikling. Forventningerne til 1994 var også præget af optimisme. Ikke alle forventninger blev indfriet i 1994. Den stigende rente og de faldende obligationskurser fik en negativ indvirkning på regnskabet.

På mange råvarer blev de senere års stabile prisniveau afløst af store prisstigninger. Af konkurrencemæssige årsager har det ikke i alle tilfælde været muligt at overføre disse stigninger til salgspriserne i fuldt omfang.

Fællesindkøbet oplevede også i dette år mange forandringer, som var en del af strategien om en kontrolleret vækst på de forskellige forretningsområder.

Vi oplevede da også et år med et resultat af primærdriften, som var lidt større end rekordåret sidste år. Imidlertid påvirker den negative kursudvikling på obligationer og ændringer i regnskabsprincip-

pet for værdipapirer de finansielle poster negativt, således at nettoresultatet blev væsentligt dårligere end i 1993.

Koncernomsætningen blev på 595 mio. kr.

Som bekendt blev Carna solgt til Danisco pr. 31.12.1993.

Korrigeres der for dette omsætningsstab, er omsætningen reelt steget fra 576 mio. i 1993 til 595 mio. kr. i 1994, dvs. 3%.

Den totale omsætning til medlemmerne udviser en stigning på 2%, og udgør 52% af koncernomsætningen.

Resultatet af primær drift blev på 33 mio. kr. mod 32 mio. sidste år. Dette er et meget tilfredsstillende resultat, og i øvrigt også det bedste nogensinde i selskabets historie.

Årets resultat blev på 14,9 mio. kr. mod 31,9 mio. kr. i 1993.

Dette resultat er påvirket af en række forhold – herunder at bestyrelsen har fundet det hensigtsmæssigt at ændre princip vedrørende



*Danske Mejeriers Fællesindkøb (FI) afholdt ordinær generalforsamling i Korsør tirsdag den 23. maj 1995.*

*Her bringes uddrag af beretningen, som Ole Willemann (formand for bestyrelsen) fremlagde. Efterfølgende en lille appetitvækker fra Crispy Food, der inviterede generalforsamlingens deltagere indenfor.*

ansættelsen af kapitalandele i associerede selskaber. Det drejer sig primært om aktierne i MDI, men også andelen i LASK.

Den primære baggrund for at ændre værdiansættelse efter anskaffelsespris til indre værdis metode skyldes først og fremmest, at Fællesindkøbet fra 1. oktober 1995 skal indgå som en del af MD Foods' koncernregnskab.

Dette er en konsekvens af den nye lov om erhvervsdrivende virksomheder, der trådte i kraft den 1. januar 1995.

Ud over ændringen i værdiansættelsen medregnes andelen af de associerede selskabers resultater i resultatopgørelsen under finansielle poster.

Denne ændring har haft en negativ virkning på årets resultat på 11,7 mio. kr. Samtidig er der på øvrige finansielle poster en udgift på 9,2 mio. kr. mod en indtægt i 1993 på 8 mio. kr.

## Afdelingerne

Jeg skal kun knytte nogle ganske få kommentarer til driften af de enkelte afdelinger i Fællesindkøbet i det forløbne år.



*Formand for bestyrelsen i Danske Mejeriers Fællesindkøb, Ole Willemann, aflagde beretning på generalforsamlingen i Korsør.*



*På Crispy Food, der er et datterselskab i De danske Mejeriers Fællesindkøb, blev deltagerne præsenteret for et bredt produktsortiment. Der var lejlighed til at se produktionen, men også til at smage færdigvarerne.*

Handelsafdelingen fik i året der gik en omsætning på 300 mio. kr. Medlemsomsætningen udgjorde 62% mod 64% sidste år.

Salget til den øvrige levnedsmiddelindustri er nu på 33%, og eksporten udgjorde 5%.

Den opdeling, der blev foretaget af Handelsafdelingen i to divisioner, henholdsvis Food Division og Non-Food Division har fungeret godt og har medført, at der i begge divisioner har kunnet sættes fokus på de specielle aktiviteter, og dermed også har kunnet gennemføre et større aktivitetsniveau. Det har bl.a. medført, at sortimentet er blevet både bredere og dybere.

Mejerifrugtfabrikken i Odense havde en meget positiv udvikling i salget. Omsætningen steg med 19% til 83 mio. kr.

Frugt til mejeriindustriens surmælksprodukter er stadig den vigtigste aktivitet, og der leveres i stigende grad både til hjemmemarkedet og også til Sverige og Tyskland som de vigtigste eksportmarkeder.

Iscremeindustrien er også en særdeles god og støt voksende kundegruppe.

Agroteknisk afdeling blev også i 1994 præget af den afmatning, der er i salget af gårdkøletanke. Til gengæld blev de miljøvenlige varmepumper positivt modtaget.

Novadan oplevede også et meget positivt 1994. Omsætningen steg med 5% i forhold til sidste år.

På trods af en stærkt stigende omsætning og mange udviklingsprojekter og en forholdsvis hård konkurrence lykkes det til stadighed Novadan's ledelse og medarbejdere at forbedre driftsresultatet år for år, hvilket selvsagt er meget tilfredsstillende.

Vi forventer også, at Novadan i

de kommende år vil have en positiv udvikling. Bestyrelsen har derfor besluttet at opkøbe nogle nærliggende grundarealer for til stadighed at kunne foretage den nødvendige udvidelse af virksomheden.

For Crispy Food blev 1994 et særdeles spændende år. Omsætningen steg fra 15 mio. kr. til 21 mio. kr.

Væksten i de senere år i selskabet betød, at en flytning var nødvendig, og i løbet af året flyttede virksomheden til større lokaler i Gørlev.

Selvom virksomheden er flyttet og har haft ekstraordinære omkostninger er der alligevel præsteret et tilfredsstillende driftsresultat i virksomheden.

## Valg

Til bestyrelsen var der blandt medarbejderne nyvalg til Jan Knudsen, Handelsafdelingen, og genvalg til Jørgen Henriksen, Mejerifrugt.

Af de otte øvrige i bestyrelsen ønskede Knud Harck Madsen og Anders J. Brix Christensen ikke genvalg.

Der var genvalg til Børge Jørgensen, Ole Willemann, Knud Hedegaard Madsen, Chr. Ladefoged og Jens Kr. Nielsen. De to nye repræsentanter blev Erik Nielsen og Aage Boye.

## Fuldmagt

På sidste års generalforsamling i Odense havde vi en diskussion om en evt. udvidelse af bestyrelsen. I forbindelse med denne drøftelse rejstes spørgsmålet om ændring af vedtægterne, således at det blev

muligt at afgive stemmer ved fuldmagt på generalforsamlingen.

Jeg kan derfor meddele, at bestyrelsen fortsat er af den opfattelse, at i en virksomhed som Fællesindkøbet med relativt få andelshavere finder vi det naturligt, at de medlemmer, der ønsker indflydelse, også møder frem på generalforsamlingen.

## MDI

Efter tre år med moderate regnskabsresultater blev 1993/94 et år med et stort minus i MDI's resultat. Det er udelukkende det engelske selskab, der i forbindelse med liberalisering af mælkehandel og større omstruktureringer har haft et negativt resultat. Resultatet dækker over et direkte tab på driften og betydelige hensættelser til rationalisering af virksomheden.

For indeværende år forventes et væsentligt mindre tab, men alligevel et negativt driftsresultat. Uagtet dette har Fællesindkøbet øget sin investering i MDI, og har her i foråret købt aktier for yderligere 52 mio. kr. På sigt forventes investeringen i MDI at give Fællesindkøbet et direkte afkast og derudover en omsætningsmæssig fordel.

## Forventninger til fremtiden

Den driftsmæssige og resultatmæssige situation for Fællesindkøbet følger stort set de planer, der blev lagt for 3-års perioden 1993-1996. Forventningerne til fremtiden er, at der på alle hovedområder i Fællesindkøbet kan ske en planlagt og kontrolleret vækst.

Med Sverige og Finland i Fællesmarkedet er der en tro på, at

eksporten for Fællesindkøbet kan vokse til disse markeder. På lidt længere sigt forventes der også at kunne etableres en vis eksport til de østeuropæiske lande.

Endvidere vil der med de forventninger, der er til eksport, først og fremmest af surmælksprodukter til MDI i England, ske en betydelig vækst i afsætningen af frugt her til. I første omgang er det især frugt til Gaio til det engelske marked.

## Afslutning

Jeg vil slutte min beretning med at udtrykke bestyrelsens tilfredshed med det foreliggende resultat. Vi er meget tilfredse med den måde, ledelsen og medarbejderne har drevet virksomheden på i det forløbne år og håber, at fremgangen kan fortsætte i det kommende år.

## En appetitvækker

Den 10. oktober 1994 flyttede Crispy Food fra trange kår i Korsør til praktiske og mere passende bygninger i Gørlev. Her blev 3.200 m<sup>2</sup> indrettet til mu'sliproduktion og lager.

Crispy Food har 28 ansatte, og af naturens bedste råvarer produceres der eksempelvis Fiber Kost, Honey Müsli, Tropical Crunch og Müsli Brunch. Næsten alle produkter ristes i en lang ovn, der strækker sig fra den ene ende af produktionshallen til den anden.

Ved hver af de efterfølgende blande-, fylde- og pakkemaskiner er der almindeligvis kun behov for en medarbejder til at styre dette sidste led, inden produkterne via lageret sendes ud til kunderne.

I laboratoriet foregår produktudviklingen i fællesskab med forskellige samarbejdspartnere, eksempelvis iscremeindustrien, som har efterspurgt hård nougat. Dette er Crispy Food netop gået i gang med at producere.

Produktionslokalerne i Gørlev bærer i det hele taget præg af at være funktionelle, og der er ikke gået på kompromis, hvad angår krav til hygiejne.

Betragter man virksomhedens eksportandel, steg den fra ca. 33% i 1993 til ca. 50% af den samlede omsætning i 1994. Og i 1995 forventes tilmed en yderligere fremgang.

□

## Vælger du LR Energi som totalleverandør af kraftvarmeanlæg, vælger du samtidig én samarbejdspartner.

Med LR Energi som totalleverandør af dit kraftvarmeanlæg får du en partner, som lægger vægt på et tæt samarbejde.

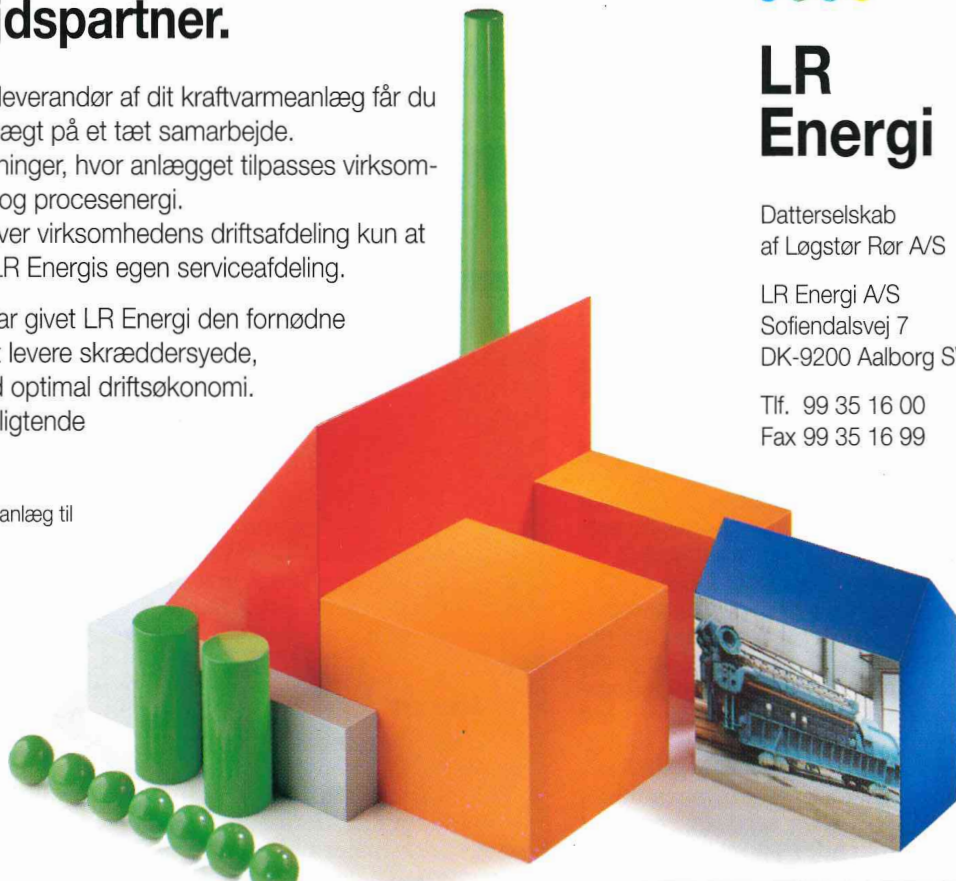
Vi tilbyder individuelle løsninger, hvor anlægget tilpasses virksomhedens behov for varme og procesenergi.

Senere i driftsfasen behøver virksomhedens driftsafdeling kun at henvende sig et sted - i LR Energis egen serviceafdeling.

Mange år på markedet har givet LR Energi den fornødne erfaring og ekspertise i at levere skræddersyede, miljørigtige løsninger med optimal driftsøkonomi.

Kontakt os og få et uforpligtende besøg og tilbud.

- Totalleverandør af kraftvarmeanlæg til
  - industrivirksomheder
  - institutioner
  - gartnerier
  - blokcentraler
- Total- og delentrepriser
- Skræddersyede SRO-anlæg
- Miljørigtige løsninger
- Leverandør til dansk kraftvarme siden 1986
- Kvalitetsstyring efter ISO 9000 standard



## LR Energi

Datterselskab  
af Løgstør Rør A/S

LR Energi A/S  
Sofiendalsvej 7  
DK-9200 Aalborg SV

Tlf. 99 35 16 00  
Fax 99 35 16 99

# Fri handel med mælkekvoter?

*Kvotesystem, forædling, kontrol og fremtidig mejeripolitik var nogle af emnerne på generalforsamlingen i Danske Mejeriers Fællesorganisation i slutningen af oktober.*

*Mælkeritidende bringer her uddrag af bestyrelsens beretning, som formanden, gdr. Knud Harck Madsen, fremlagde.*

## Kvotesystemet

På generalforsamlingen i Danske Mejeriers Fællesorganisation sagde formanden, gdr. Knud Harck Madsen, at en høj fedtprocent sidste år førte til overskridelse af mælkekvoten. Resultatet i år peger i sammen retning – en kvoteoverskrivelse – men denne gang pga. et meget højt indvejningsniveau.

På sidste års generalforsamling blev fastslået, at en bedre balance mellem direkte kvoteoverdragelse af kvoterne og central omfordeling skulle genskabes.

Forholdet var, at overdragelse ved forpagtning var kraftigt stigende. En udvikling, som gentagne opfordringer i dags- og landbrugspressen til at gennemføre toldning, satte yderligere gang i.

Til gengæld betød Mælkeudvalgets lave opkøbspris på 1,25 kr, at der kun lige netop blev mængde nok til nyetablerede og økologer, men for første gang i seks år intet til en generel salgsordning.

I juli i år lykkedes det efter vanskelige forhandlinger at opnå enighed mellem De danske Landboforeninger, Dansk Familielandbrug og DMF om en opkøbspris på 1,60 kr. for kvoteåret 1995/96, hvilket blev indstillet til Landbrugsministerens godkendelse.

Opkøbsordningen er sat igang, og der spores en stigende interesse samtidig med, at omfanget af forpagtningsaftaler er faldende.

Spørgsmålet er, om en ophævelse af kvotens binding til jord skulle overvejes i Danmark. DMF vil igangsætte et analysearbejde for at vurdere muligheder og konsekvenser.

Formålet med en smidiggørelse er fortsat at sikre konkurrenceevnen.

## Forædlingsleddet

Vender vi os mod forædlingsleddet – mod strukturen – er seks mejerier – Nordstjernen, Enigheden i København, Enico Ost, Krarup Andelsmejeri, Landmandslyst og se-

nest Lendum – er købt eller blevet fusioneret med andre selskaber. Herudover er Enigheden i Århus blevet medlem af Mejeriernes Produktionsselskab og et nyt mejeri – Øko Mælk A/S – er blevet etableret.

Oktober 1995 er der – excl. fællesselskaber – 42 selvstændige mejerier eller mejeriselskaber i Danmark, hvoraf 33 er medlemmer af DMF. Medlemmerne af DMF repræsenterer dog næsten 100% af den samlede mælkeindvejning.

Det er bestyrelsens opfattelse, at mejeribrugets struktur i dag – og de samarbejdsformer der i de senere år er udviklet – gavner dansk mejeribrugs konkurrenceevne og er til stor økonomisk fordel for mejerierne og dermed også for mælkeproducenterne.

Uden det nære samarbejde i mejeribranchen – som har skabt en række nødvendige rationaliseringsgevinster – var mælkeprisen blevet reduceret mere, end det allerede er sket.

De erfaringer, vi har gjort os siden GATT-aftalen trådte i kraft, har dokumenteret, at dansk mejeribrugs satsning på EU-markederne var både nødvendig og rigtig.

Produktionen af smør har været faldende i det seneste års tid som følge af, at ostesektoren har aftaget mere smørfedt. Det har dog været muligt at fastholde eksporten af Lurpak-smør uændret, idet nedgangen i produktionen udelukkende har berørt smør til industriformål.

Markedsudsigterne for Lurpak er dog særdeles vanskelige. Der er ingen tvivl om, at såfremt Lurpak skal bevare sine markedsandele og også være prispførende, skal den aktive og kostbare markedsføringsindsats videreføres.

Udviklingen i osteproduktionen har været positiv, og produktionen forventes i indeværende kalenderår at blive 8-10% eller ca. 25.000 ton større end i fjor. Eksporten af ost har ligeledes været tilfredsstillende, idet den er vokset med 9%.

Den målbevidste indsats på EU-markederne giver (fortsat) resultat. Fremgangen til disse 14 lande er på 12%. Tyskland alene har importeret over halvdelen af mængden til EU, og EU-landene aftager nu godt 50% af den danske osteeksport mod ca. 40% i 1993.

Anvendelsen af mælk til mælkekonservessektoren lå især i første halvdel af 1995 betydeligt under sidste års niveau. Stigende produktion de seneste måneder, herunder især af sødmælkspulver og kaseinat, bringer den samlede anvendelse op på ca. 1/3 af mælkemængden.

## Økologi

Efter nu knap ti år med økologisk mælkeproduktion i Danmark har de økologiske produkter nu nået en position på markedet, der bevirker, at enhver tvivl om deres berettigelse er borte.

Året har været præget af forhandlinger mellem selskaberne og mælkeproducenter om betingelser for omlægning og leverancer af økologisk mælk, og resultaterne er blevet, at fra den nuværende årsproduktion på 48 mio. kg. økologisk mælk, kan der fra 2. halvår 1996 imødeses en produktion, der på årsbasis svarer til ca. 125 mio. kg.

Afsætningen har det seneste års tid ligget på et meget stabilt niveau, nemlig svarende til ca. 35 mio. kg. konsummælkprodukter og 400-500 ton ost på årsbasis. For konsummælkprodukternes vedkommende svarer dette til en markedsandel på ca. 5% og for ost ca. 1%.

Undersøgelser i en række supermarkeder har imidlertid vist, at den potentielle efterspørgsel på konsummælkprodukter ligger i niveauet 8-9%. Andre undersøgelser taler om et potentiale på 25%.

## Mælkekampagne og skolemælk

I tilslutning til mælkekampagnen iværksattes i 1994 en forstærket ind-

sats på skolemælksområdet – nemlig Mejeriernes Skolemælksordning. Der er tale om en nøglefærdig ordning, der administrerer alt lige fra betaling, bestilling, levering og hjemtagelse til udlevering af køletasker m.v. Eleverne skal dog selv drikke mælken.

Efter ti års nedgang i salget kan der nu igen noteres en markant stigende interesse for at drikke mælk til skolemaden. Med næsten 800 skoler tilsluttet må ordningen betragtes som en succes. En analyse af 438 af skolerne viser, at mælkeforbruget på de enkelte skoler gennemsnitligt stiger 40%, når skolen kommer med i Mejeriernes Skolemælksordning.

Målet er at få 1.750 skoler (ud af 2.200) med i ordningen i år 2000.

## Kvalitet

Forbrugerne stiller mere differentierede krav, og selve kvalitetsbegrebet opfattes i dag bredere end tidligere. Kvalitet er i dag ikke kun, hvad der kan vejes og måles, men også nye parametre som f.eks. dyrevelfærd.

Som der blev orienteret om på sidste års generalforsamling, reagerede mejeribrugene på disse signaler ved at starte mejeribrugets kvalitets-sikringssystem – MKS.

Noget af det, der har sat blæst i debatten, er bl.a. udtalelser fra flere – herunder vores egen landbrugsminister om, at kvaliteten af levnedsmidlerne herhjemme var for dårlig. Siget var nok ikke direkte mejeriprodukter, men snarere de mange sager om salmonella i fødevarer og hele debatten om anvendelse af antibiotika.

På den baggrund fandt Landbrugsrådet det derfor nødvendigt, at dansk landbrug som helhed reagerede på kritikken, og man tog initiativ til udarbejdelsen af et »Oplæg til landbrugets levnedsmiddelpolitik« med undertitlen »Danske fødevarer frem mod år 2000«.

Mejeribrugene ønsker at gå videre og er på mange områder allerede gået langt videre end de målsætninger, der er opstillet i det fælles oplæg.

## Aflatoxinaftalen

Den 1. juni i år trådte en aftale i kraft mellem DMF, den danske foderstofbranche og Landsudvalget for Kvæg, der har til formål at fjerne indholdet af aflatoxin i det kraftfoder, der sælges til mælkeproducenterne.

Aflatoxin i mælk kan kun komme fra det foder, kørerne indtager.

Det er dokumenteret, at dansk produceret foder ikke indeholder aflatoxin. Dermed er risikoen alene forbundet med kraftfoderblandinger, der er fremstillet under iblanding af råvarer produceret i visse subtropiske og tropiske lande.

Da mejeribrugene ikke vil acceptere, at der kan findes aflatoxin i mælk, har den eneste mulighed været at etablere en frivillig aftale med foderstofbranchen.

## Tilsyn og kontrol

Mejerierne har – som den eneste branche – nu haft knap to års erfaring med påbudt egenkontrol under levnedsmiddelkontrollens tilsyn. Igenem disse to år er der indhøstet mange erfaringer – ikke mindst takket være mejeriernes positive medvirken ved besvarelsen af de spørgeskemaer, der løbende er blevet udsendt fra DMF, og som giver dokumentationsgrundlaget for, hvorledes systemet fungerer, herunder samspillet mellem virksomhed og den offentlige kontrol.

Undersøgelserne viser bl.a., at det offentlige tilsyn lægger alt for lidt vægt på mejeriernes egenkontrol i forhold til levnedsmiddelkontrollens egne analyseresultater. Overgangen fra det gamle gebyrsystem, hvor der blev opkrævet gebyrer pr. kg produceret produkt, til det nye taxameterprincip har næsten betydet en halvering af mejeriernes samlede omkostninger til den offentlige kontrol. Til gengæld bruges der i dag flere midler til egenkontrollen.

Uanset taxameterprincippet et det rigtige princip, har overgangen medført en relativt stor gebyrstigning for mindre og mellemstore mejerier, især for de, der har et stort produktortiment.

DMF har rejst dette problem over for Vererinærdirektoratet, og 15 medlemsvirksomheder har bedt om og fået bistand i klagesager.

Desværre må vi konstatere, at der er risiko for, at det positive samarbejde med Landbrugsministeriet og Veterinærdirektoratet sættes over styr, såfremt de tanker, der er fremme om offentliggørelse af kontrolresultater, gennemføres.

I en rapport fra Landbrugsministeriet peges der på, at alle offentlige analyseresultater, bøder og påbud bør offentliggøres med angivelse af virksomhedens navn. Ligeledes anbefales det, at egenkontrolresultater bør kunne indkaldes med henblik på offentliggørelse.

DMF har sammen med det øvrige landbrug advaret kraftigt imod rapportens konklusioner:

– Der er tale om offentliggørelse af historiske data. D.v.s. fejlen er rettet, når virksomheden hænges ud.

– Netop at der er tale om historiske data kan give anledning til misbrug, såvel herhjemme som på eksportmarkederne.

– Der er alvorlig risiko for at påvirke tillidsforholdet mellem tilsynsmyndighed og virksomhed i en meget uheldig retning, hvorved udviklingen »bombs« flere år tilbage. Vi risikerer problemsløsning i stedet for problemløsning.

DMF ønsker ikke, at enkelte virksomheder gennem uansvarlig opførelse og mangelfuld egenkontrol ødelægger det for helheden. Er det tilfældet, skal der skrides ind fra de offentlige myndigheder.

## Forskning og uddannelse

Hovedindsatsen er fortsat den grundlæggende mejeriforskning under det særlige statslige fødevarereteknologiske forskningsprogram kaldet FØTEK.

Det er vor opfattelse, at mejeriforskningspakken navnlig har bidraget til løsning af tre forhold:

– det er igen lykkedes at samle mejeribrugsforskningen i Danmark – til gavn for branchens efterfølgende produktudvikling.

– mejeriprojekterne har markant bidraget til en hurtigere oprustning af den mejerifaglige kompetence på Levnedsmiddelcentret ved KVL og DTU.

– der er på levnedsmiddelområdet blevet etableret kontakt mellem »grundforskningstilbydere« – mellem Levnedsmiddelcentret og Århus Universitet. I tilknytning til de statslige forskningsbevillinger er det afgørende, at FØTEK-programmet også fremover tilføres tilstrækkelige midler, således at det offentlige kan matche erhvervenes styrkede indsats på området. I øjeblikket er dette desværre ikke tilfældet, hvor statsbevillingerne ikke står i et rimeligt forhold til en meget stor kvalificeret ansøgningsmasse.

Vore henstillinger til politikerne er derfor: Vær fortsat rede til – bevillingsmæssigt – at konsolidere og udbygge levnedsmiddelforskningen i Danmark. En kontinuerlig forskningsindsats er nødvendig, hvis vi vil holde på de bedste forskere og dermed også sikre en fremadrettet uddannelse af mejeriingeniører.

## Mejeriingeniøruddannelsen og lærlingetilgangen

*Vi er meget tilfredse med indholdet af*



den nye mejeriingeniøruddannelse, som den ser ud nu. Den næste hurdle er at sikre, at et tilstækkeligt antal unge vælger mejeriingeniøruddannelsen. Også på dette område er mejerisektoren udsat for konkurrence. De senere år har vi derfor i samarbejde med de berørte undervisningsinstitutioner udarbejdet et omfattende informationsmateriale om det at være mejeriingeniør fulgt op af orienteringsmøder. Målgruppen har navnlig været gymnasieelever, der overvejer studievalg.

Den begyndende mangel på mejeriingeniører og også mejerilærlinge er tankevækkende, når man læser Velfærdskommissionens analyse af de unges uddannelsesprofil.

Af en ungdomsårgang afslutter kun 66% med en erhvervskompetencegivende uddannelse, heraf halvdelen en erhvervsfaglig uddannelse og halvdelen en videregående uddannelse.

Man kan stille sig det spørgsmål, om tilbuddene fra anden side, f.eks. begyndelseslønninger eller offentlig forsørgelse, er så tillokkende, at en stor del af de resterende 34% fristes til ikke at tage en erhvervskompetencegivende uddannelse.

## Restitutionspolitikken

Selvom de politisk fastsatte priser er uændrede, er der i løbet af 1995 sket

en betydelig nedgang i støtteniveauet for mælk. Allerede inden GATT-aftalen trådte i kraft, har EU-Kommissionen skåret kraftigt i restitutionerne til tredjelande. I perioden siden marts 1993 er satserne målt i danske kroner reduceret med ca 25% i gennemsnit.

For danske eksportvirksomheder har det betydet en markant forringelse af eksportindtjeningen, idet der kun i begrænset omfang har været markedsmæssig belæg for Kommissionens politik.

Medvirkende til den svækkende position på eksportmarkederne har således været den stærke danske krone. Revalueringen af den grønne omregningskurs på 3% skønnes alene at ville koste dansk mejeribrug 85 mio. kr. årligt i mistet FEOGA-støtte, hvilket svarer til ca. 2 øre pr. kg. indvejet mælk.

Målt i forhold til eksportmængden til tredjelande i 1994 er der tale om et samlet tab på grund af restitutionspolitikken på i alt 611 mio. kr., svarende til ca. 12 øre pr. kg. mælk. Samlet giver det i alt ca. 14 øre pr. kg.

På baggrund af denne udvikling må vi være tilfredse med, at mælkeprisfaldet i indeværende år »kun« ser ud til at blive på 8-10 øre pr. kg. Mejerierne har været i stand til gennem en stor markedsføringsindsats, produktudvikling og en vis omlæg-

ning af afsætningsmønstret at dæmpe gennemslaget på mælkeprisen.

## Fremtidig mejeripolitik

Tiden frem til år 2000 kan sammenfattes som en periode, hvor der ikke sker fundamentale ændringer af de politiske rammer, der gælder for mælkeproduktionen. Men der må konstant arbejdes på det politiske og markedsmæssige område for at sikre indtjeningen. Herunder hører også, at vore beskatningsforhold fortsat er øverst på dagsordenen i drøftelserne med vore hjemlige politikere. Hvad angår kvotesystemet, er det efter min opfattelse, at tiden er inde til at overveje en friere omsættelighed for at skabe bedre muligheder for at foretage investeringer. Fri omsættelighed indebærer risiko for inflation i kvoteprisen og dermed kapitalisering. Men det må ikke glemmes, at der i forbindelse med ethvert køb af kvote indgår et element af tro på, hvor længe kvotesystemet fortsætter. Det er derfor en diskussion, vi skal tage i sammenhæng med overvejelserne om den fremtidige politik iøvrigt, herunder spørgsmålet om kvotesystemets fremtid.

Perspektiverne for perioden efter år 2000 understreger, at der er behov for omstilling og tilpasning til de fremtidige vilkår. □

# Økologisk husdyrhold

Det Dyreetiske Råd har på et pressemøde i Justitsministeriet fremlagt en udtalelse om økologisk husdyrhold. Udtalelsen, som er på 20 sider, er blevet til efter anmodning fra Landbrugs- og Fiskeriministeriet.

Rådet kommer i udtalelsen med en lang række forslag til ændringer eller stramninger af reglerne for de vigtigste grene af økologisk husdyrproduktion, dvs. produktion af mælk, æg, okse- og svinekød.

Peter Sandøe, som er formand for Det Dyreetiske Råd, siger om ideen bag udtalelsen:

»At sikre husdyrene en god tilværelse er en af målsætningerne bag den økologiske husdyrproduktion. Den ekstra pris, som forbrugerne betaler for de økologiske varer, skal bl.a. bruges til at give dyrene nogle bedre forhold, end det er muligt at gøre i den konventionelle produktion. Jeg tror også, at de fleste økologiske producenter har et ønske om at gøre noget ekstra for deres dyr.«

»Men det er vigtigt at gøre sig

klart, at økologiske landmænd i lighed med de konventionelle holder dyrene for at tjene penge. Økologiske produkter sælges på et frit marked, og derfor er det på lang sigt kun de mest effektive producenter, som vil overleve. Vi skal have stramme regler for dyrevelfærd inden for økologisk husdyrhold, for at sikre at effektiviseringen ikke sker på bekostning af hensynet til dyrene.«

»Udtalelsen mistænkeliggør altså ikke de økologiske producenter; men er tværtimod tænkt som en hjælp til at sikre nogle rammer for den økologiske produktion, som føre det muligt for producenterne at tage ordentlig hensyn til dyrenes velfærd.«

Peter Sandøe peger også på, at den økologiske husdyrproduktion i dag i mange henseender sker på den konventionelle produktionspræmisser: »F.eks. køber de økologiske ægproducenter høner hos de samme opdrættere som producenterne af burhøns. Reglerne siger nemlig, at

æg er økologiske, hvis bare hønen har levet 30 dage under økologiske produktionsforhold. Jeg mener, at økologiske høner burde opdrættes specielt, bl.a. med henblik på at sikre, at de adfærdsmæssigt er tilpasset det frilandssystem, de senere skal leve i.«

Som et konkret eksempel på et område, hvor der mangler regler nævner Peter Sandøe kalvenes forhold hos de økologiske Mælkeproducenter:

»Som hovedregel bør kalven have lov at gå hos moderen den første tid, og kalvene bør opstaldes gruppevis. I dag kan den økologiske producenter rutinemæssigt tage kalven fra moderen straks efter fødslen og opstalde den alene i en lille boks. Det er ikke hvad vi i Det Dyreetiske Råd forstår ved god dyrevelfærd.«

»Samlet set er problemerne så alvorlige, at de kalder på en målrettet indsats på både kørt og lang sigt«, hedder det i udtalelsen fra Det Dyreetiske Råd. □

# Færøerne selvforsynende med mælk

*Det nordiske samarbejde som ultimo maj manifesterer sig i Den 37. Nordiske Mejerikongress er pr. tradition blevet opfattet som et samarbejde mellem Finland, Sverige, Danmark, Island og Norge. Færøerne glemmes let i denne sammenhæng.*

*Men færingerne – med deres stærke historiske og kulturelle bånd til Norge – er et stolt folkefærd, der foretrækker at blive betragtet som en selvstændig nation.*

Fårehold og fiskeri er hovednæringsvejene på Færøerne, som de senere år desværre mest har været omtalt pga. økonomiske krisetider, høj arbejdsløshed og en stadig større økonomisk afhængighed af Danmark. Denne situation har imidlertid skabt større interesse for udvikling af andre næringsveje, som f.eks. mælkeproduktion og -forædling, og øgruppen er de senere år blevet så godt som selvforsynende med konsummælksprodukter.

## Fakta om Færøerne

Færøerne består af 18 øer, hvoraf 17 er beboede, med et totalt areal på 1.400 km<sup>2</sup>. Kystlinien udgør ca.

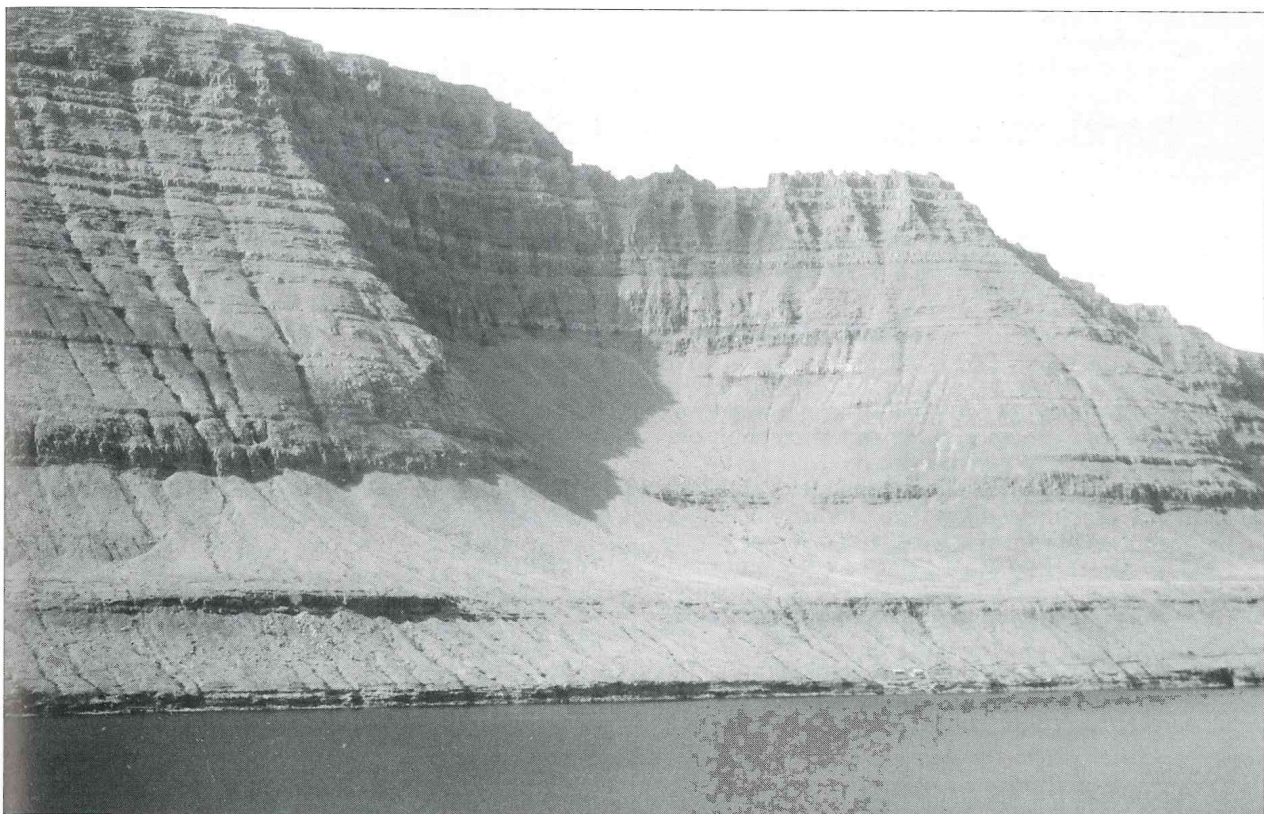
1.100 km, og intet sted er der mere end 5 km til havet.

Færøerne har 48.000 indbyggere, hvoraf 14.000 bor i Tórshavn. Klimaet er fugtigt med kun små temperaturforskelle årstiderne imellem. Selvom temperaturen er stabil, kan vejret skifte fra strålende sol til tæt tåge eller styrtende regn på et lille øjeblik. Færøerne bliver af samme grund også kaldt »vejrgudernes tumleplads«.

I 800-tallet blev Færøerne befolket af norske vikinger, men var selvstændig indtil 1035, hvor det officielt kom under norsk herredømme. Efter 1814 kom Færøerne under Danmark og har siden 1948 haft selvstyre med det færøske Lagting som øverste myn-



*Der er næsten dobbelt så mange får – ca. 70.000 – som mennesker på Færøerne. (Foto: ED).*



Færøerne er præget af en barsk, men yderst fascinerende natur. Eksempelvis virker den gletcherdannende u-dal på motivet gigantisk i sammenligning med ejendommen beliggende ved fjorden nederst i billedet. (Foto: ED).

dighed. Lagtinget vælger regeringen (Landsstyret).

## Mælkeproduktion mer end tredoblet på 15 år

Andelsselskabet L/F Mjólkarvirki Búnadarmanna (L/F MBM), der er Færøernes eneste mejeri, blev etableret i 1977 med produktionsstart i 1980. Ved etableringen var der tre andre mejerier på Færøerne. Det var privatmejerier, som alle blev nedlagt, da MBM blev oprettet.

Baggrunden og målsætningen for MBM var:

- At sikre de færøske mælkeproducenter afsætning af deres produktion
- At varetage mælkeproducenternes interesser og forestå kvalitetsrådgivning, så forbrugerne til enhver tid kunne købe førsteklases mælk.

Selskabets 90 producenter leverede i 1993 6,7 mio. liter mælk. Der var registreret 1.216 malkekøer med en gennemsnitlig årsproduktion på 5.500 liter pr. ko. Leveandørerne har gennemsnitligt 13,8 malkekøer, mens den største producent har 42 køer. 76% af

mejeriets omsætning er drikkemælk, 13% fløde, 10% syrnede produkter og 1% juice.

MBM havde i 1993 25 medarbejdere.

Færøerne er med denne produktion blevet selvforsynende med konsummælk på rekordtid. Fra 2 mio. liter i 1980 til dagens niveau på ca. 7 mio. liter. Dette betyder sågar, at man har måttet indføre begrænsninger i produktionen i form af mælkekvoter. Basis for den kraftige fremgang var NRF-køer – importeret fra Norge – som tydeligt trives på Færøerne.

Til at begynde med var hovedproblemet, at køle- og lagringsmulighederne hos producenterne ikke var tilstrækkeligt gode. Det influerede på holdbarheden. MBM startede derfor i samarbejde med Føroya Jardarrád et systematisk arbejde med finansiering og anskaffelse af gårdtanke og rørmalkningsløg. Grundpillen i den rivende ud-

vikling, som mælkeproduktionen har oplevet de seneste 10–15 år.

Siden starten i 1980 har det således været nødvendigt med stadige kapacitetsudvidelser på MBM, men man er nu løbet ind i pladsproblemer. Landsstyret har derfor sat et projekt i gang, der omfatter bygningsmæssige udvidelser og fornyelse af maskiner for således at kunne stå bedst muligt rustet over for fremtidens krav om kvalitet og nye produkter.

Foruden mejeriaktiviteterne har MBM siden 1987 via MBM-Foder forestået salg af foder og gødning til landmændene. Sidste skud på stammen er datterselskabet P/F Búrókt, som køber og sælger landbrugsmaskiner og -artikler foruden at give mælkeproducenterne rådgivning og service på køle- og malkeanlæg.

Alle landbrugsorganisationer på Færøerne er gået sammen i en fælles organisation, der skal administrere og varetage de fælles driftsmidler og faciliteter, som landbruget råder over. En højt prioriteret opgave for den nye organisation er udvikling og forbedring af slagteriforholdene og køddistributionen på Færøerne. En opgave, der længe har ventet på at blive løst. □

Denne artikel er oversat efter en artikel i MeieriPosten nr. 4, der udkom den 25. marts 1995. MeieriPosten udgives af Norske Meierifolks Landsforening.

# Givtigt samarbejde på Sjælland

**Borup Andelsmejeri er det eneste selvstændige andelsmejeri, der er tilbage på Sjælland. Fusioner og rationaliseringer bevirker, at de små mejerier også forsvinder fra det østlige Danmark. Køerne rykker mod vest. Hvad gør man så?**

Det er ikke blot prognoser, men en realitet, at antallet af malkebesætninger på de østlige øer daler. Men ikke desto mindre er mælkeproduktionen ikke faldet de sidste par år. En udvikling, som mejeribestyrer Verner Mortensen, Borup Andelsmejeri, forklarer ved, at de 30-40 årige mælkeproducenter opnår endnu større mælkekvoter, mens de ældre stopper. Og at finde helt nye producenter er som at finde den berømte nål i en høstak!

## Mange kilometer på landevejene

Borup Andelsmejeri har 63 leverandører, som leverer i alt 17 mio. kg

mælk på årsbasis - omkring 6% af produktionen på Sjælland, Lolland, Falster, Møn og Bornholm. Vist bliver der færre besætninger, men der bliver også længere imellem dem. Størstedelen ligger inden for en radius på 20-30 km, men enkelte ligger 200 km fra mejeriet. Det kræver faktisk en ekstra tankbil, men mælken er guld værd, så det er endnu den rigtige løsning.

Før Verner Mortensen blev ansat på Borup Andelsmejeri var han mejeribestyrer på Nakskov Mejeri. Da dette blev nedlagt sidst i 80'erne, blev andelshaverne fuldgældige medlemmer af Borup Andelsmejeri, og er det den dag i dag.

## Ansigtet udadtil

I 1991 deltog Borup Andelsmejeri for første gang på Landsmejeriudstillingen med sine konsummælksprodukter. Tre guldmedaljer blev det flotte resultatet. Der har været medaljer af den ene eller den anden

slags hvert år siden, hvilket væggen på kontoret vidner om. Her hænger medaljerne på rad.

Verner Mortensen betragter Landsmejeriudstillingen som en god motivationsfaktor for medarbejderne, men den danske forbruger skal inddrages yderligere.

- Forbrugerne skal gøres mere bekendt med Landsmejeriudstillingen. Det er et af mejeribrugets ansigter udadtil, og derfor vil det være relevant at få lagt op til en større mediedækning. For eksempel skrev Jyllands-Posten sidste år, at der på Landsmejeriudstillingen var blevet uddelt ærespræmie til henholdsvis en ost, et smørmærke og et konsumprodukt. Og så var den spalte ikke længere, kommenterer mejeribestyreren.

## Ingen naivitet

Produktionen på Borup Andelsmejeri omfatter tungvarer (smør, sød-, let-, skummet- og kærnemælk) samt



*Borup Andelsmejeri har et godt samarbejde med Kløver Mælk, og anvender kun Kløverdesignede kartoner, men mejeriet har egne - flotte - distributionsvogne.*

koldskål som det eneste specialprodukt. Men med dette sortiment er det svært at blive leverandør til detailhandlen, som kræver fuldt sortiment. Dette kan mejeriet leve op til takket være et velfungerende samarbejde med Kløver Mælk. I over ti år har dette stået på.

- Ofte betyder et samarbejde både fordele og ulemper. I forholdet til Kløver Mælk oplever vi næsten kun fordele, bl.a. omkring indkøb, markedsføring, sortiment, emballage m.m. Men vi er også forholdsvis „usynlige“ i det daglige, hvilket sikkert ikke skader forholdet, siger Verner Mortensen.

Omvendt er han ikke naiv, hvad fremtiden angår. Prognoser antyder, at antallet af mælkeproducenter i Danmark i år 2000 falder til ca. 9.000. Også Sjælland vil blive ramt.

- Situationen forandres hele tiden og på lang sigt kan det ikke afvises, at vi en dag bliver nødt til at indgå i en fusion. Men den tid, der er gået godt, kommer ikke dårligt tilbage. Og det går jo stadigvæk godt, konstaterer han.

### Mælkedunke på skinner

Over hele landet sælger detailhandlen nu 2-liters dunke med mælk. Også dem som Borup leverer til. Tidligere på året investerede mejeriet nemlig i en ny tappemaskine. Efter Påske startede man med at tappe i 2-liters dunke - med Kløver-etiket i plastik.

Anlægget kan fylde 2.600 dunke pr. time, og så er den mere enkel og mindre støjende end anlægget til kartoner.

Processen forløber fint, men den kræver fortsat 1-2 medarbejdere til at stable dunkene i containere og kasser. Næste udviklingstrin bliver derfor at automatisere denne arbejdsangang.

Plastikdunkene har også resulteret i en udvidelse af lagerkapaciteten, idet de tomme dunke fylder langt mere end de sammenfoldede kartoner. Og så skal forsyningskæden være i orden, for levering af dunke skal ske hver 4. dag, hvorimod lageret kan rumme kartoner til 14. dages forbrug! Forhold, som påvirker den daglige rytme, når der i forvejen ikke er plads at ødsle med.

### Hvor bliver de nye mejerielever af?

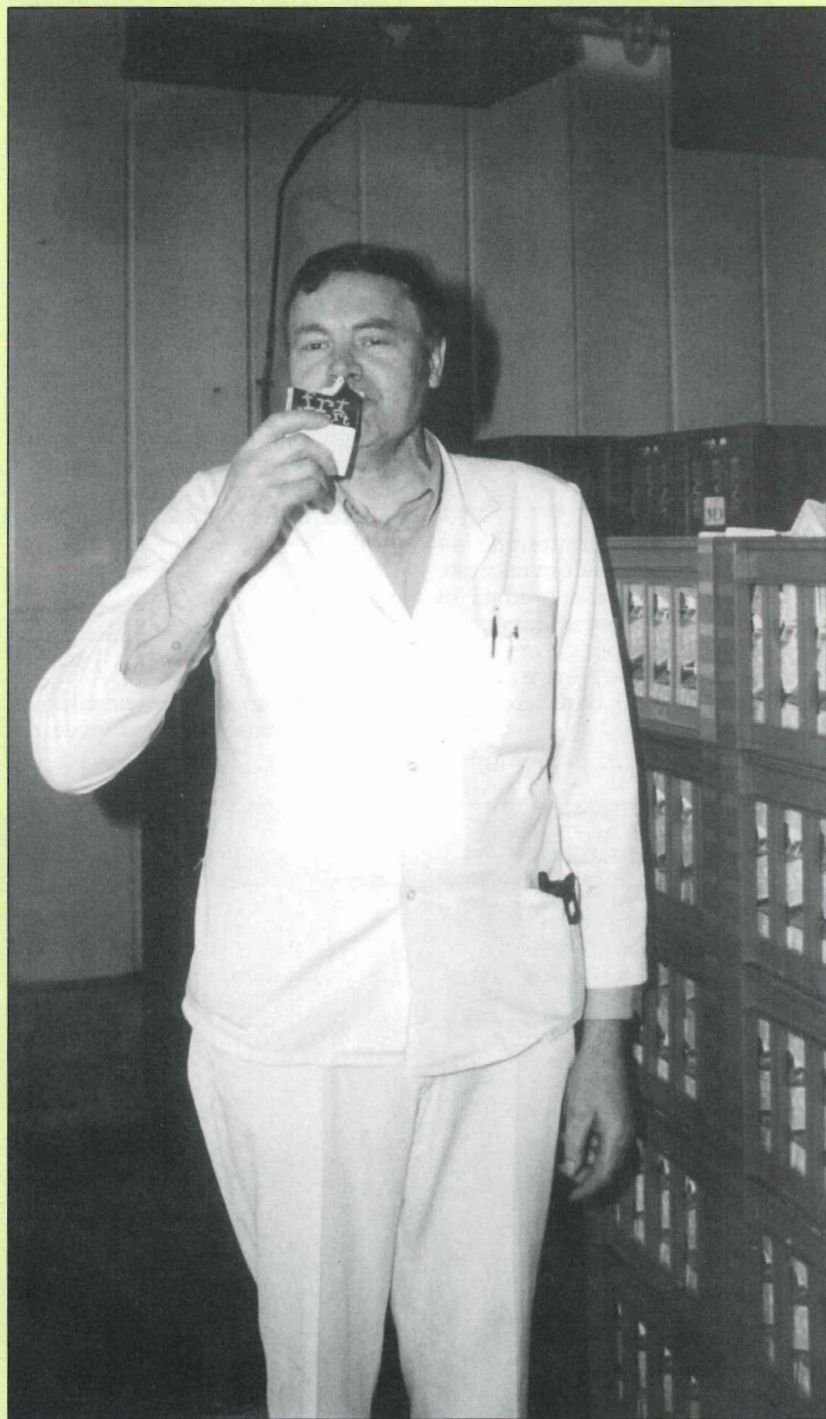
40 medarbejdere, hvoraf halvdelen er chauffører, udgør mejeriets personale.

Hvert år er der to elever. Men sidste år oplevede mejeriet for første gang, at der ikke var en eneste uopfordret ansøgning. En situation som mange andre mejerier i det ganske land har måttet føle på kroppen.

- Uddannelsen til mejerist synes jeg er skruet meget fornuftigt sammen, og det er sundt med to forskellige lærepladser, idet de enkelte mejerier i dag er meget specialise-

rede. Men hvis de unge ikke får serveret målrettet information om uddannelsesmulighederne inden for mejeribrug, ja så bliver det meget svært at skaffe tilstrækkeligt med elever. Vi skal passe på, at vi ikke bliver ladt i stikken, for der er rift om de unge, slutter Verner Mortensen. □

ED



Verner Mortensen går ikke af vejen for en „frikvart“, selvom han ellers holder frokostpause hjemme i mejeribestyrerboligen, der ligger helt op ad mejeriet. Efter frokosten kan han fortsat følge produktionsprocesserne - via de forskellige lyde.

# »Karoline Cheese College Denmark 1995«



*Af forstander  
J. M. Buch Kristensen,  
Dalum tekniske Skole*

»Karoline Cheese College Denmark« er blevet en fast kursusinstitution for de japanske osteimportører. Igen i 1995 har Mejerikontoret i Århus for 4. år i træk været primus motor for et 14-dages kursus på Dalum tekniske Skole, Mejeribrugets Uddannelsescenter for 15 japanske osteimportører.

»Karoline Cheese College Denmark« er sponsoreret af Mejeribrugets Osteeksportudvalg, de danske Japan-osteeksportører og de japanske osteimportørfirmaer.

## Viden om danske oste

Målet var at give japanerne førstehåndsviden om danske oste, deres historie, produktion og anvendelsesmuligheder. De japanske osteimportører udviste stor interesse for hele produktionskæden fra råvaren til det færdige produkt. Interessen drejede sig især om, ved selvsyn, at kunne konstatere, at danske oste bliver produceret af ren mælk under gode hygiejniske forhold, både hos landmanden og på mejeriet.

Kurset startede med et besøg på herregården Steensgårds nye superstald

Efter en grundig teoretisk indføring i osteteknologien fik de japanske osteimportører mulighed for selv at lave ost i træningsmejeriet på Dalum tekniske Skole. Under kyndig vejledning fremstillede japanerne Samsø, Camembert og Flødeost. For at se de samme oste blive fremstillet under industrielle mejerimæssige forhold, indeholdt kurset også besøg på MD Foods' afdeling Nordenskov Mejeri og afdeling Høng Mejeri samt afdeling Holstebro Flødeost.

Japanerne besøgte også Mejerikontoret og »Karolines Køkken« for at få en aktuell orientering om den danske osteeksport til Japan.

## Bedste reklame for dansk ost

I løbet af de to uger, kurset varede, havde japanerne således lejlighed til at få et virkeligt godt kendskab til fremstillingen af dansk ost, både teoretisk, men i allerhøjeste grad også praktisk. Især det sidste satte japanerne meget pris på.

Som afslutning på kurset blev der afholdt en eksamen, hvor alt det gennemgåede stof blev testet. For japanerne var det af afgørende betydning, at de kunne få et eksamensbevis med sig hjem som kvittering for deres store arbejdsindsats under kurset.

Landbrugsminister, Henrik Dam Kristensen, havde velvilligt indvilget i at være protektor for kurset. Bag ministerens tilsagn ligger der en viden om, at de japanske osteeksportører repræsenterer et stort købedygtigt marked, hvor der er muligheder for en meget stor fødevarereeksport, herunder i allerhøjeste grad også af ost. □



»Karoline Cheese College Denmark 1995«. De 15 japanske osteimportører og deres tolk er her fotograferet sammen med repræsentanter for de danske Japan-osteeksportører og for Mejerikontoret, samt forstanderen og lærerne på kurset på Dalum.

# Kongelig ide bag thailandsk mælkeeventyr

**En gave fra det danske kongehus blev starten på et projekt, som har lært thaierne at producere og konsumere mælkeprodukter.**

*Af  
Bjarne Wildau/  
Scand Media Bankok*

H. C. Andersen kunne kunsten, at få en enkelt fjer omdannet til fem høns. Det ved enhver. Til gengæld er det næsten ukendt i Danmark, at vores tidligere konge, Frederik den IX, sammen med Dronning Ingrid, har forvandlet to unge elefanter til mindst 125.000 malkekøer. Og det er ganske vist.

Det hele begyndte med, at det danske kongehus i 1960 modtog en gave fra den thailandske Kong Bumibol. To unge elefanter. Året efter forærede det danske kongepar fire danske malkekøer og en tyr, til Kong Bumibol og Dronning Sirikit.

Begivenheden er almindelig anerkendt, som starten på udviklingsprojektet Thai Danish Farm i den lille by Muak Lek 140 km nord for Bangkok. Projektet blev i mange år støttet af Danida, og omfatter både kvægavl, mejeri, samt uddannelse af thailandske landmænd. Den kongelige gave udviklede sig til en egentlig promovering af malkekvæg, som indtil da var et ukendt begreb i Thailand. De røde køer og deres hvide guld skulle være værktøj til forbedring af de thailandske bønders ofte usle livsvilkår.

I 1962 blev en af Danidas aller-

første bevillinger fundamentet i opførelsen af en kvægfarm med et lille mejeri i Muak Lek. Siden er det gået stærkt. De 125.000 stykker malkekvæg er fordelt på besætninger, hvis størrelse kan variere fra en enkelt ko, op til cirka 100. Det siger noget om udbredelsen, at gennemsnittet er helt nede på fem køer pr. besætning.

## Garanteret mindstepris

Danidas indsats i den eksplosive udvikling i den Thailandske mælkeproduktion har gennem årene været meget alsidig, men der er bl.a. brugt danske udviklingskroner til flere udvidelser af mejeriet i Muak Lek, samt opførelse af to filialer. Den styres af DPO (Dairy Farming Promotion), en aflægger af Thai Danish Farm i Muak Lek. Organisationen er iøvrigt forpligtet til at aftage al frisk mælk produceret i Thailand til en mindstepris på ca. 2,25 danske kr. pr. liter. Den forholdsvis høje pris skal søges i den høje produktionspris, den thailandske mælkeproduktion er underlagt.

I skrivende stund er mælkeproduktionen koncentreret i tre områder, hver med sine mejerier. I den nærmeste fremtid bliver et fjerde område inddraget. DPO planlægger nemlig at flytte 30.000 kvier op i det nordøstlige Isarn, som er Thailands fattigste område. Endnu en gang bruges malkekvæget som et våben i krigen mod fattigdommen blandt bønderne.

Som en del af det gigantiske projekt har DPO allerede projekteret et mejeri, som skal opføres i området tæt på den laotiske grænse. Et dansk firma har store chancer for at få ordren på det nøglefærdige anlæg.

Lykkes det, vil det langt fra være overraskende. Siden Kong Frederik IX sendte sin gave til Kong Bumibol, har danske firmaer leveret en tredjedel af alle de mejerier, som findes i Thailand.

En af de markante danskere i den proces var Allan Jensen, der som salgsdirektør hos Danish Turnkey Dairys (DTD) for Asien, var med til at udlevere nøglerne til de produktionsklare anlæg.

Da De Danske Sukkerfabrikker solgte den danske mønstervirk-somhed til britiske APV, følte Allan Jensen sig tvunget til at tage sit arbejde op til revision, efter at have deltaget i opførelse af mindst 30 mejerier i Afrika og Asien.

- Dengang var jeg utroligt glad for at arbejde for DTD, og havde en klar forestilling om at arbejde for firmaet resten af mit liv, husker Allan Jensen, der fik sin uddannelse til mejerist på bl.a. Klank Mejeri nær Århus, og siden supplerede med en uddannelse til mejeritekniker.

Allan Jensen har gennem årene med DTD udviklet et stort råderum for sit virke i den danske virksomhed, bl.a. stod han som ide-mand og udvikler af verdens første mejeri for kokosmælk, men han vænnede sig aldrig til det nye ejerforhold.



Mælk leveres i fem liter dunke til bl.a. Hotel Orientel, og andre af de forenede hoteller i Bangkok og den fjerntliggende ferieø Phuket.

## Logisk at begynde for sig selv

Og da han dagligt befandt sig midt i et sandt mælkeeventyr, hvor det meste gik fremad, var tanken om at starte sit eget mejeri, både logisk og nærliggende. Med hjælp fra såkaldt »sovende investorer«, etablerede han Danish Dairy Industries (DDI).

Projektet fik den bedst tænkelige start, da den daværende danske statsminister Poul Schlüter i marts 1988 lagde grundstenen til mejeriet. Få måneder senere var en solsveden mark forvandlet til mejerigtig dynamik med bl.a. et rodzoneanlæg, der har dannet skole i Thailand.

- Vore konkurrenter blander frisk mælk og mælkepulver, men vi valgte lige fra starten at bruge frisk mælk, som vi fik fra DPO, der har et stort mejeri og en opsamlingscentral her i Muak Lek, siger Allan Jensen.

Det gik også fint med at producere mælk, fløde og yoghurt. Mens Allan Jensen således koncentrerede sig om, at han havde forstand på produktion af mælkeprodukter, overlod han salgs- og distribu-

tionssiden til en af de øvrige investorer. En opgave, hvis sværhedsgrad blev undervurderet.

## Sælges som vaskepulver

I Thailand sælges mejeriprodukter på samme måde, som man sælger vaskepulver og sodavand i Danmark, plus at kunderne har returret på produkterne. Det lille mejeri stod over for en gigantisk opgave, og fandt aldrig et våben mod de enorme summer der var postet i markedsføringsbudgettet af konkurrenter som Nestlé og Foremost.

Sidstnævnte koncern, der ejes af den hollandske fagbevægelse, sad også på 90% af cateringmarkedet, hvor kvalitet betyder mere end kostbar markedsføring. Derfor valgte DDI i anden ombæring at gå ind på dette marked. Hotel Orientel, som i sin tid blev grundlagt af ØKs stifter H. N. Andersen, men i dag er på asiatiske hænder, blev en af de første store kunder.

Mens Allan Jensen, og hans lille mejeri arbejdede med at forvandle råmælken til attraktive produkter, kneb det mere med mar-

kedsføringen, selv om omsætningen blev fordoblet hvert år. Samtidig blev DDI involveret i en uventet konflikt. Mejeriets produkter blev solgt under varemærket »Dan Milk«. MD Foods nedlagde forbud imod DDIs brug af varemærket »Dan Milk«, selvom MD Foods ikke havde registreret det i Thailand, eller på anden måde var repræsenteret i Thailand.

Efter hvad den thai/danske mejeridirektør forklarer, havde MD Foods aldrig selv brugt varemærket. Det var dog registreret i England. Den triste sag endte i Varemærkenævnet, hvor et forlig blev strikket sammen. Det betød, at DDI skulle betale licens for brug af varemærket til MD Foods.

Sagen kostede penge, og masser af energi, og da arbejdskapitalen blev mindre og mindre, stod det for godt to år siden klart, at DDI skulle have en økonomisk indsprøjtning.

## Et ekstra yver

- Midt i alle problemer har jeg været utrolig heldig med, at den schweiziske koncern Diethelm,





*Allan Jensen var blandt de første i Asien, der introducerede et rodzoneanlæg. Det renser mejeriets samlede mængde af spildevand. Til gengæld skal planterne beskæres mindst en gang om ugen.*

der har mange års virke i Thailand bag sig, købte de oprindelige investorer ud og gav mig en mindre aktiepost samt besked om at lave landets bedste mælk, så skulle de nok tage sig af resten. Koncernen havde erfaringer med at sælge Nestlés fødevarerprogram.

Siden er det som om, mejeriet har fået et ekstra yver. Udvalget af produkter er stærkt udvidet. Mælk sælges som frisk mælk i alle »danske varianter« plus en lang række andre varianter. Thailænderne holder meget af søde sager som jordbær, honning og chokolade, der tilsættes den friske mælk. Yoghurt sendes på markedet med traditionelle frugter tilsat, men man kan også finde varianter, som vi danskere end ikke har hørt om. Allan Jensens arbejdsplads er også blandt de få i Asien, der producerer piske- og kaffefløde.

Dygtige eksperter tager sig af markedsføring og salg, under det nye varemærke »Deli Swiss«, mens Allan Jensen har fundet ny arbejdsglæde i at fastholde de 70 ansatte, og sørge for at de udvikler sig. Senest har der været arrangeret engelskkurser for alle der havde

lyst. Godt 35 fuldførte de seks måneder lange kursus.

– Det er da muligt, at enkelte af medarbejderne »vokser« sig ud af vort firma via dygtiggørelsen. Det er der så ikke noget at gøre ved, ud over at jeg vil tillade mig at være stolt, hver gang det går en af mine medarbejdere godt, siger Allan Jensen.

Nye produkter udvikles til stadihed. Burgerkæden McDonalds aftager bl.a. produkter til milkshakes, softice og chokolade. Tre år i træk har det lille danske mejeri, som behandler 20.000 liter mælk om dagen, vundet McDonalds blindsmagningskonkurrencer.

Den amerikanske koncern tager ganske vist bind for øjnene, når de smager sig frem. Resultaterne studeres til gengæld med åbne øjne, og i den nærmeste fremtid forventer Allan Jensen, at DDI forfremmes til at få rollen som leverandør til hele den fjernøstlige region.

Det tætte forhold til McDonalds har fået Allan Jensen til at droppe ISO 9000, som ganske enkelt ikke er godt nok for den amerikanske kæde der anvender HAC-

CP (Hazard Critical Control Points).

## **Tropisk klima indvirker på kvaliteten**

I det hele taget er kvaliteten et tilbagevendende emne under besøget hos DDI. Allan Jensen har svært ved at forlige sig med, at den danske mejerikultur, der selv har givet ham så meget faglig viden og stolthed, har udviklet sig, som den har.

– Den thailandske varme tvinger os til hele tiden at koncentrere os om kvaliteten. Vi kan ikke lade mælken stå ude hos producenterne i halve uger, iden den kommer ind til os. Intet af den mælk, vi bruger på DDI, er mere end 12–14 timer gammelt, det er økologisk på samme måde, som det var i Danmark i gamle dage.

– Vi har taget det bedste fra den danske mejeritradition, og ladet resten ligge, siger Allan Jensen, der trods Thai Danish Farm og Danidas indsats er den eneste danske produktionsmand i den thailandske mejeribranche. ■

## Vidtfavnende og flot

Ved åbningen af Landsmejeriudstillingen 1995 den 1. november gjorde formanden for Udstillingsudvalget, Henning Clausen, opmærksom på flere nye tiltag. Tiltag som næppe kunne gå de besøgendes næse forbi.

## Konceptet udvides

Eksempelvis deltog de økologiske producenter med en selvstændig udstilling. Islandske mejeriprodukter supplerede de danske produkter med et strejf af vulkansk aktivitet og endelig deltog mælkekonservesindustrien med en præsentationsstand. Fælles for de nævnte tiltag var, at de tiltrak stor opmærksomhed!

Men traditionen tro var der også mange ting, man med glæde kunne nikke genkendende til. Et hav af udstillede oste, smør- og konsumprodukter samt firmaudstillere og

selvfølgelig receptionen arrangeret af Karolines Service Center.

Landsmejeriudstillingen 1995 var vidtfavnende og flot, og man begynder næsten at tro, at det er blevet en tradition at tilføre udstillingen fornyelser...

## Stolthed og udfordring

„Når jeg ser den kreativitet, der er lagt for dagen i fremstillingen af de færdige produkter, så føler jeg mig stolt. En stolthed ved, at også min mælk bliver til denne rige variation af velsmagende mejeriprodukter, som også vore dygtige fagfolk på mejerierne kan være stolte af“, sagde formanden for Danske Mejeriers Fællesorganisation, Knud Harck Madsen, i sin åbningstale ved Landsmejeriudstillingen.

Han kom også ind på den kraftige forbrugerbevågenhed og landbrugets ansvar for, at erhvervet ikke

blot rider med på forbrugerbølgen, men også går foran og sikrer, at ændringer i primærproduktionen og i fødevarernes standard er veldokumenterede.

Knud Harck Madsen berørte også de drastisk faldende afregningspriser pga. GATT, valutauro og revaluering, men alligevel var han optimist og overbevist om, at der fortsat er basis for en stor og også bæredygtig mælkeproduktion i Danmark. I dette lys fandt han ligeledes den øgede indsats fra mejeribrugets side, hvad angår både forskning og ny-rekruttering af unge til erhvervet på sin plads.

„Optimist bliver man, når man ser udstillingen her, hvor virksomhedernes anstrengelser for at fremvise det bedste skal til bedømmelse. Jeg vil slutte med at udtrykke min anerkendelse af, at dansk mejeribrug kan løfte den store opgave, det er at arrangere en sådan udstilling!“

ED



Vinderne af Danske Mejeriers Fællesorganisationens ærespræmier for ost, smør og konsummælksprodukter, der er den højeste udmærkelse på den årlige Landsmejeriudstilling i Herning, fik i forbindelse med den officielle åbning af udstillingen overrakt de Flora Danica tallerkner, der er det synlige bevis på ærespræmierne.

På billedet ses fra venstre Landsmejeriudstillingens formand Henning Clausen efterfulgt af Fællesorganisationens formand Knud Harck Madsen, der overrakte præmierne. Dernæst følger produkttilvirker Morten Rasmussen og mejerichef Ole Winther, MD Foods Holstebro, der modtog ærespræmien for konsummælksprodukter for en tykmælk. Ole Winther står med to Flora Danica tallerkner, idet han også sammen med smørmester Poul Knudsen til højre for ham modtog ærespræmien for smør. Endelig følger ostemester Erik Feldhaus og mejeriejer Niels Stage Pedersen, Ullerslev Mejeri på Fyn, der modtog ærespræmien for ost for en 50+ Danablu. Længst til højre er vinderne flankeret af Lis Burgwald, Karolines Service Center.

# MD Foods - 25 år i blæsevejre

MD Foods, Danmarks største mejeriselskab, kan den 1. oktober fejre 25 års jubilæum. Siden etableringen har selskabet været præget af udvikling. Til tider har det blæst kraftigt, fra forskellige retninger, og kraftige vindstød har også sat sine spor, men total stilstand har barometeret næppe vist. Et øjebliksbillede fra henholdsvis 1970 og 1995 kunne ellers antyde det. Antallet af produktionsanlæg ligger uændret omkring de 35. I mellemtiden har MD Foods via fusioner tilegnet sig yderligere 150 mejerier og havde midt i 80'erne produktion på ca. 70 anlæg.

Her vil vi kort forsøge at måle vindstyrken på forskellige tidspunkter i udviklingsforløbet.

Den indvejede mælkemængde er næsten ti-doblet siden 1970 og lig-

ger nu over 3 mia. kg. Det betyder, at MD Foods i dag behandler ca. tredjedele af mælken i Danmark, og er det tredje-største mejeriselskab i Europa. Kun overgået af franske Besnier (4,7 mia. kg) og hollandske Campina Melkunie (3,9 mia. kg).

Antallet af medarbejdere i MD Foods er steget parallelt med mælkemængden, fra ca. 1.500 til godt 6.500.

## Ideen om én enhed

I 1963 fremlagde administrerende direktør for Fællesorganisationen, Thorkil Mathiassen sit forslag til løsning af mejeribrugets daværende problemer omkring omkostninger på produktionssiden og priser på afsætningsiden. For der var stadig for mange mejerier, mælkemængden taget i betragtning.

T. Mathiassens løsningsmodel med hensyn til omkostnings- og

prisspørgsmålet var et landsdækkende selskab, Mejeriselskabet Danmark, hvis grundlæggende træk skulle være en sammensmeltning af produktion og afsætning i én økonomisk og organisationsmæssig enhed på landsplan. Ideen om fuld integration af produktion og afsætning var noget nyt i erhvervet, hvor disse to sektorer hidtil havde været adskilte.

## Divergerende holdninger

Via turnéer rundt til de danske mejeriforeninger kunne T. Mathiassen konstatere, at der i det jyske produktionsmejeribrug kom ekstra vind i sejlene med hensyn til MD-tanker. Derimod var der en afventende holdning på Fyn, og på Sjælland/Lolland/Falster mødte ideen direkte modvind. Dette ændredes ikke op gennem 60'erne, hvor der blev forhandlet meget og længe. Vindforholdene var ustabile.

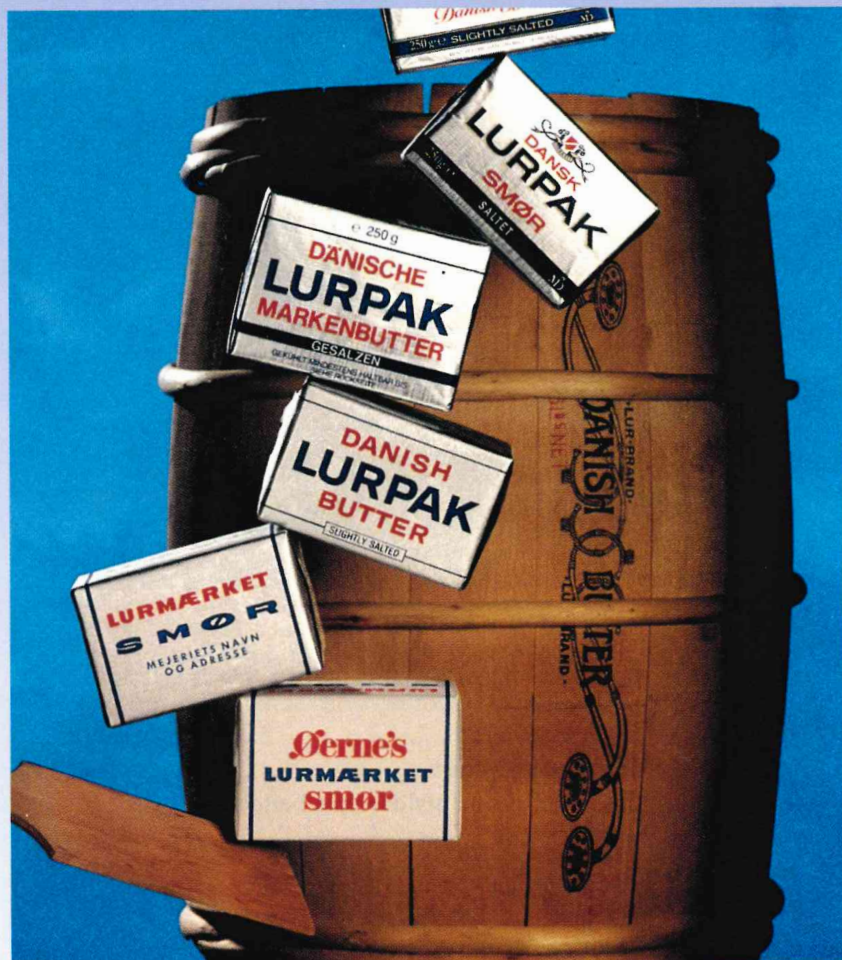
## Nyt udspil - samme navn

I 1969 fraveg fire jyske mejeriselskaber tilsagnet om at gå med i MD. De fandt ikke målsætningen realistisk bl.a. på baggrund af sammenlægninger på Fyn og Sjælland. De fire mejerier ønskede at etablere et stort jysk mejeriselskab, som på langt sigt tilsluttede sig ideen om et landsdækkende selskab. Den oprindelige MD-idé led således skibbrud, men de fire jyske selskaber fortsatte arbejdet for at nå et reelt mål - en rationaliseringsgevinst. Den 27. juni 1970 afholdtes det første repræsentantskabsmøde i Mejeriselskabet Danmark, og starten gik den 1. oktober 1970. Med i selskabet var M/S Sønderjylland Øst, Haderslev Vester Amts M/S, Viborgegnens M/S, Sydjysk M/S, Andst A/M, Brørup A/M og Hobro A/M.

## Konkurrence

Udgangspunktet for Mejeriselskabet Danmark var 384 mio. kg mælk. Ved udgangen af 1971 var den 570 mio. kg.

Selskabet udgjorde et højdepunkt i strukturrationaliseringen inden for dansk andelsmejeribrug. Men fra slutningen af 1971 ophørte det hastige tempo med hensyn til nedlægning og sammenlægning af



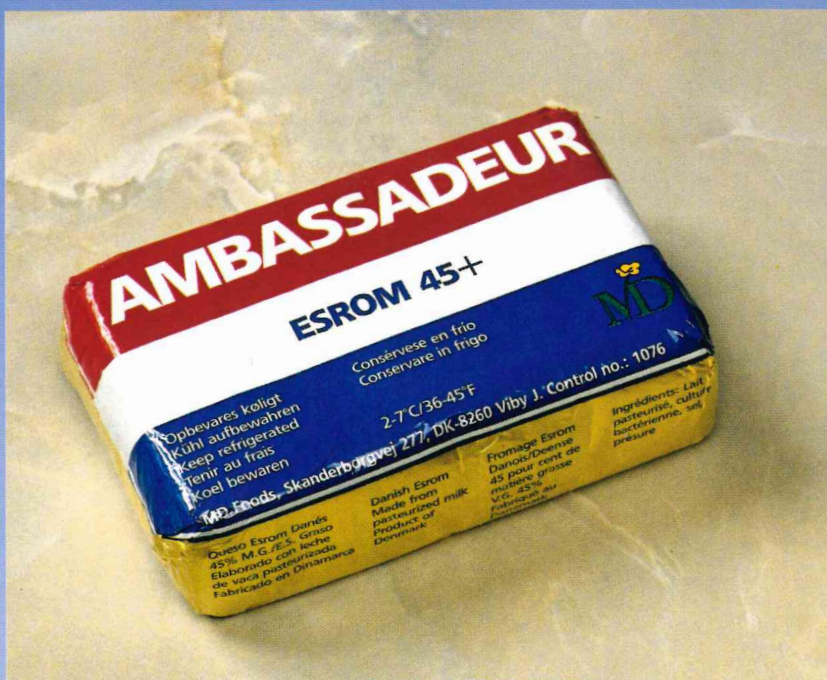
Siden 1991 har Lurmærket været Landbrugsministeriets kvalitetsmærke under Statskontrollen. Billedet viser udviklingen i smøremballagen siden dritlen omkring 1950 afløstes af detailemballager.

mejerier. I 1973 indtrådte Danmark i EF, og konsummælksmonopolet blev ophævet, hvilket gav produktionsmejerierne nye muligheder, men bymejerierne lod sig ikke frivilligt blæse omkuld, og konkurrencen skærpedes på konsumområdet.

I 1976 blev Ernst Skødt ny adm. direktør i MD, hvilket bl.a. bød på organisatoriske ændringer. Virksomhedsstrukturen ændredes til en gruppemodel efter produktions- og funktionskriterier - en konstruktion efter moderne virksomhedsprincipper - principper som gjorde det muligt for organisationen at leve op til den nye direktionens mere kontante og bestemte krav til hurtighed og fleksibilitet under hårde konkurrenceforhold.

Mejeriselskabet Danmark fik på flere måder sit afgørende gennembrud på konsumområdet i 1977/78. I denne periode overtog MD den samlede aktiepost i Det danske Mælke-Compagni, og de hidtidige, særlige forhold på konsumområdet i København brød sammen. Produktionsmæssigt blev selskabet også stærkt etableret i Jylland, og det begyndte at få fodfæste på Fyn via fusionen med Højby Mejeriselskab.

Et væsentlig grundlag for ekspansionen geografisk, produktions- og kapacitetsmæssigt var Danmælk-aftalen med FDB, som trådte i kraft 1. april 1978.



Ambassadeur (Esrom) er en af de oste, der har været med siden etableringen af MD. Den produceres stadig på Nr. Vium Mejeri.

## Fra omskiftelige tider til dominans

Mejeriselskabet Danmarks stilling blev mere dominerende sidst i 70'erne. Også inden for ostesektoren, hvilket blev understreget af dannelsen af Dansk Ost A.m.b.a.

I 80'erne forstærkedes den positive udvikling, og der fulgte flere fusioner. Og der blev satset på eksportmarkederne. Ikke alene Feta til eksempelvis Iran, men også produkter til det engelske marked.

## Historiske milepæle

### 1970/71

1. oktober 1970: Mejeriselskabet Danmark starter. Stifterne er mejeriselskaberne Sønderjylland Øst, Haderslev Vester Amts Mejeriselskab, Viborgegnens Mejeriselskab og Sydjysk Mejeriselskab samt enkeltmejerierne Andst Andelsmejeri, Brørup Andelsmejeri og Hobro Andelsmejeri. Tilsammen repræsenterede de en mælkemængde på 384 mio. kg.

### 1975/76

Den administrative organisation i Mejeriselskabet Danmark ændres. Der etableres fem grupper, som selvstændige resultatcentre (transport, øst, hvidskimmel, konsum og smør).

### 1977/78

Centralmejeriet i Århus tilsluttes med 70 mio. kg. FDB optages som andelshaver i LK/Danmælk.

MD overtager hele aktieposten i A/S Det danske Mælke-Compagni.

LK/Danmælk forpagter Trifolium Mælkeforsyning i København.

### 1979/80

Hjemmemarkedsselskabet Danmark (HD) etableres i samarbejde med Forende Sjællandske Andelsslakterier og Mejeriselskabet Danmark.

### 1984/85

Øernes Konsummælk-Selskab og Vestjysk Mejeriselskab tilsluttes med tilsammen 310 mio. kg mælk.

Skiveegnens Mejeriselskab tilsluttes med en mælkemængde på 162 mio. kg.

MD bliver medlem i Milco.

### 1987/88

1. oktober 1987: Dansk Ost fusioneres ind i MD. Andelssmør in-

tegreres organisatorisk. Ny divisionsopdelt organisation.

Der er etableret en produktion af mælk fra økologiske landbrug på mejeriet i Slagelse.

3. oktober 1988: Mejeriselskabet Danmark ændrer navn til MD Foods.

### 1989/90

MD Foods International A/S oprettes.

### 1992/93

Alle pulveraktiviteter i og omkring MD Foods samles i et nyt Mejeriernes Kondensselskab amba, ejet af MD Foods og Kløver Mælk i fællesskab. Produktionen sælges gennem MD Foods Ingredients.

### 1994/95

Samarbejdet med Kløver Mælk sikres gennem en ny samarbejdsmodel, der godkendes af Konkurrencerådet.

## Seks divisioner - utallige aktiviteter

MD Foods opererer i dag ud fra seks divisioner:

- Hjemmemarkedsdivisionen, herunder Mejeriernes Produktions-selskab A.m.b.a.
- Ostedivisionen
- Smørdivisionen
- Proteindivisionen, herunder MD Foods Ingredients.
- Transportdivisionsen
- MD Foods International (MDI).

## Et rationalt hjemmemarked

Produktionen af produkter til hjemmemarkedet er i dag koncentreret på få store mejerier. Siden august 1992 har MD Foods været en del af Mejeriernes Produktions-selskab A.m.b.a., hvor også Kløver Mælk er medlem. Selskabets formål er bl.a. at gennemføre den mest rationelle produktion.

Specielt for hjemmemarkedsdivisionen er også et yderst velfungerende distributionssystem med fem ferskvarerterminaler, som ikke alene håndterer mejeriprodukter, men alt inden for køle- og frostvarer.

I butikkerne kan de danske forbrugere med jævne mellemrum finde nye produkter fra MD Foods, blandt andet inden for det økologiske område, men f.eks. også Gaio, der hører under kategorien functional foods. MD's største mærkevarer-succes på konsumområdet.

## Et alsidigt ostesortiment

I 1994 kunne man spise MD-oste i mere end 100 lande fordelt over hele kloden. Bag dette står 18 mejerier med produktion af eksempelvis smelte-/flødeost, Danablu, Feta, Mozzarella og Grubeost.

I forbindelse med det åbne marked i EU begyndte MD at ændre sin eksportstrategi, hvilket forstærkedes i forbindelse med GATT-aftalen. I dag er målet, at mere end 50% af eksporten skal være til EU-lande. Det vil sige en stigende efterspørgsel på de lidt federe oste.

Halvdelen af MD's osteeksport er til Tyskland, som bl.a. sætter pris på Buko og Grubeost. Uden for EU kan eksempelvis Mellemøsten nævnes som et stort marked. Her blæser lunere vinde.

## Lurpak - Kærgården - Pact

Det danske Lurpak smør har flere årtier på bagen. Blandingsproduktet Kærgården har vokset sig stor på fem år, og for hver gang forbrugerne har tømt smørbotten, er der brugt to bægre Kærgården! Den samlede produktion af smør har ligget meget stabilt omkring 85.000 ton de sidste fem år. Mejerierne bag produktionen er: Holstebro, Rødkærsgård og Varde.

Sidste skud på stammen fra Smørdivisionen er et functional food produkt, Pact, som lige er lanceret på det engelske marked. Det er således ikke kun inden for konsum og ost, at der dukker nye produkter op.

Smørdivisionen har fortsat vind i sejlene.

## MD Foods Ingredients

I april 1994 samlede MD Foods alle sine aktiviteter på mælkepulverområdet i et nyt selskab. Mejeriernes Kondensselskab, hvor salgafdelingen senere fik navnet MD Foods Ingredients. Denne division kendetegnes ved en særdeles stigende kurve for udviklingen de sidste 25 år. I 1994 var den samlede produktion i alt 160.000 ton fra syv anlæg. Typisk for udviklingen er, at kunderne i dag især er industrikunder, mens strategien tidligere var baseret på produktion af bulkvarer.

## MDI

Indførelsen af EU-kvotestystemet i 1984 var en af baggrundene for oprettelsen af MDI. Mulighederne for vækst i Danmark var begrænsede. Samtidig var der udsigt til den nu vedtagne GATT-aftale, som ville reducere den subsidierede eksport fra EU til tredjelande. Disse situationer førte i 1989 til dannelsen af MDI. MDI er repræsenteret på tre yderst potentielle vækstområder, nemlig Mellemøsten, Asien og Sydamerika.

Tilbage i 1990 gik MDI ind på det engelske marked, og i dag er MD Foods plc det tredjestørste selskab efter Unigate og Northern Foods. Selvom situationen har været yderst kaotisk. Nedlæggelsen af Milk Marketing Board og store ændringer i distributionssystemet fra mælkmænd til supermarkeder har været nogle af hovedårsagerne til store strukturrationaliseringer i England. Derfor har MDI's aktiviteter på den anden side af Kanalen endnu ikke fået status af at være et eventyr - nok nærmere et mareridt. Men der spås mere medvind!

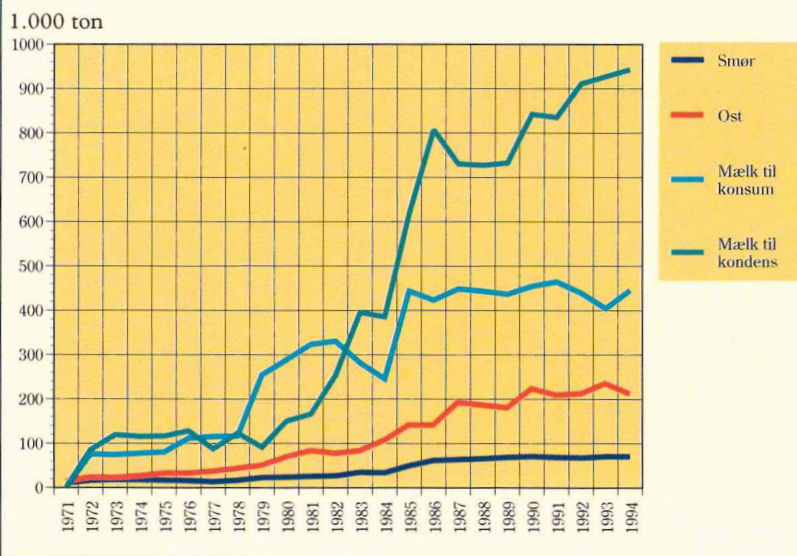
## Færre kolde vinde

Op til MD Foods 25 års jubilæum udtaler adm. direktør Jens Bigum til Foodslaw'et, at MD nu er ovre den værste del af strukturrationaliseringerne, men at det ikke er slut. Fremover vil det være den internationale konkurrenceevne, som afgør virksomhedens fremtidige struktur.

Kvalitet vil fortsat være i højsædet, og der skal bruges mange ressourcer på produktudvikling. Men fortsat vækst hører også til strategien. Ikke vækst uden for mejeriområdet, men uden for de danske grænser. Dog ikke stærkere end økonomi og medarbejdere kan følge med! □

ED

Udvikling i produktionen i MD siden etableringen i 1970.





*Andelsmejeriet Naturmælk holder til i det tidligere Broderup Mejeri, som blev bygget i 1887. En ombygning skete i 1926. De nyeste tilbygninger er fra 60'erne og 70'erne.*

*De gamle mejeribygninger er ført tilbage til den oprindelige stil fra 1887, og fremstår i dag med et seværdigt glasparti i gavlen.*

## Et nyt økologisk mejeri ser dagens lys

*Fra Broderup ved Tinglev har et nyt anpartsselskab - Økologisk Samvirke - til hensigt at styrke det økologiske miljø i Sønderjylland. Mejeriet Naturmælk er selskabets første aktivitet, men flere andre er også sat i gang. Anpartshaverne går ind for økologisk produktion, og de erkender efterspørgslen fra forbrugerne. Dette handler de ud fra.*

Detailhandlen melder om mangel på økologiske fødevarer. Den mener at kunne sælge dobbelt så meget som nu.

Flere mejerier med økologisk produktion har mangel på mælk, mens nogle af mælkeproducenterne diskuterer en eventuel indførelse af B-mælk. Andre diskuterer konventionel kontra økologisk produktion. Enkelte producenter har svært ved at skaffe tilstrækkeligt økologisk foder.

Men i Sønderjylland omsættes ord til handling. Her har otte mælkeproducenter etableret et økologisk mejeri - Naturmælk A.m.b.a.

### Møderække resulterede i et økologisk mejeri

Flere forbrugere end tidligere køber med jævne mellemrum økolo-

giske fødevarer. I mange forbrugerundersøgelser fremhæves kvalitet og etik som væsentlige bevæggrunde.

Ønsker og behov varierer fra kunde til kunde. Derfor foretrækker detailhandlen et alsidigt sortiment, så den kan tilfredsstille den enkelte kundes behov. Det gælder selvfølgelig også de økologiske produkter.

Når et af nøgleordene i karakteristikken af den danske forbruger er »mangfoldighed«, er det optimalt, at forbrugeren også kan vælge mellem konventionelt producerede produkter såvel som økologiske produkter. Men at dansk landbrug i løbet af nul komma fem skulle omlægge til kun økologisk produktion er rent ud sagt helt hen i vejret. Ved at lade forbrugertendenser afspejle sig i produktio-

nen, sker ændringerne sandsynligvis med en forsvarlig hastighed. Samtidig vil det betyde, at detailhandlen ikke skal importere de økologiske fødevarer.

Det økologiske mejeri, Naturmælk, som ligger i Broderup ved Tinglev, startede op i oktober 1994 som følge af en forudgående møderække, hvor alle økologisk interesserede i Sønderjylland var indbudt. Især mælkeproducenter, men også grøntsagsavlere, fåreavlere osv. Hensigten var først at finde frem til en egnet organisationsmodel, og man enedes om at lave et anpartsselskab - Økologisk Samvirke ApS. Selskabet har 38 anpartshavere, men et noget større antal har vist interesse for det, og der er allerede skrevet en hel del op i tilfælde af, at man vil øge anpartskapitalen. En forhøjelse, der i

følge selskabet næppe vil blive økonomisk fremtvunget, men nærmere for at få flest muligt interesserede med i selskabet.

Anpartskapitalen er på godt 1,5 mio. kr., og anparterne er på 5.000 kr.

## Spændende forundersøgelser

Samvirkes første aktivitet skulle være at opstarte et mejeri. Næste punkt skulle være grøntsager og senere måske kød m.m. For mejeriaktiviteterne står i dag Jørn Christiansen, der har indvilget i at fortælle lidt om tankerne bag og etableringen af mejeriet Naturmælk, der er et andelsmejeri med otte leverandører fra Sønderjylland. Leverandørerne, der alle er anpartshavere i Økologisk Samvirke, overvejede, om man skulle bygge et nyt mejeri, men fandt ud af, at det var for stor en mundfuld. I stedet fandt man de eksisterende mejeribygninger i Broderup, der trængte til en yderst kærlig hånd.

En af de første aktiviteter var at få undersøgt vandkvaliteten i mejeriets egen boring. Selv lave restkoncentrationer af pesticider i vandet kunne på ingen måde accepteres. Vandkvaliteten var i orden. Samvirke købte grund og bygninger. - Naturmælk lejer nu bygningerne og har investeret i maskiner og udstyr samt egen tankbil.

»Vi ser nogle muligheder her i Broderup. Der er en stor grund, der er rummelige produktionslokaler og blandt lokalbefolkningen oplever vi en fantastisk opbakning«, siger Jørn Christiansen. »Tanken er så, at Samvirkes aktiviteter i Sønderjylland skal samles i Broderup. Men vi skal ikke eks-



Jørn Christiansen står her ved et af de første kar Gou-Dan oste. Når konceptet for osten er færdigudviklet, vil man forsøge at afsætte den på bl.a. det nordtyske marked. Dette tager sælger Martin Bauer sig af, ligesom han også er med i forhandlingerne med detailhandlen herhjemme.

pandere med lynets hast. Vi ønsker at bygge det op i et roligt tempo«, fortsætter han.

## En ideologisk ånd

Istandsættelsen af bygningerne var en arbejdskrævende proces. Man

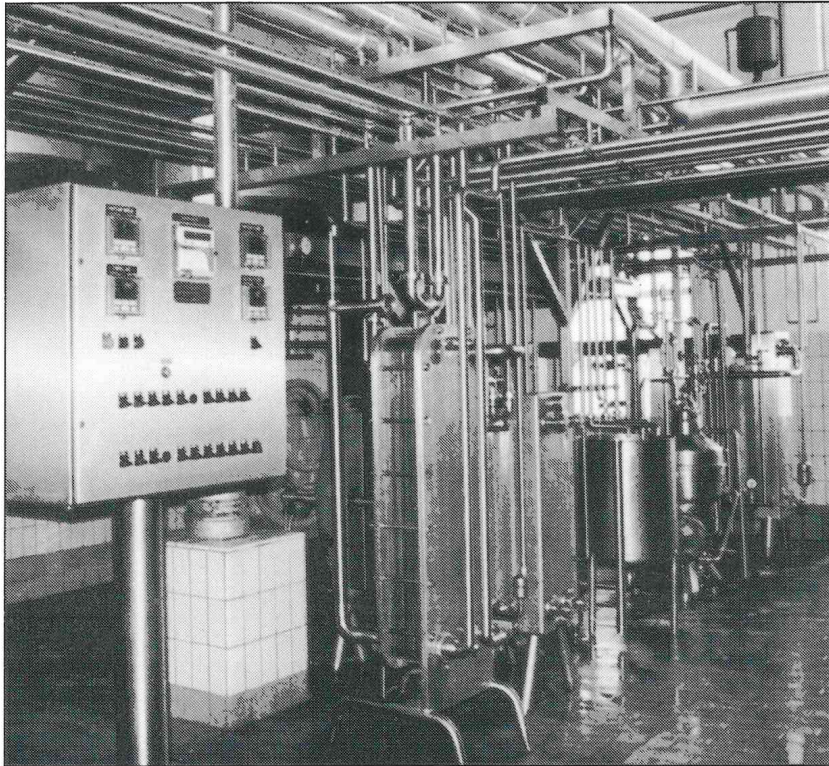
indkaldte simpelthen til »arbejdsdage«, og her ydede de involverede en meget stor indsats - uden aflønning. Det er ideologi i ordets bogstaveligste forstand, og det gav sammenhold!

Jørn Christiansen kontaktede også forhenværende mejeribesty-

Friskkærnet  
**SMØR**  
fra  
NATURMÆLK<sup>®</sup>  
A.m.b.a.

Statskontrolleret  
økologisk

En kopi af det papir, som smørret fra Naturmælk vil blive pakket i til det danske marked.



*I skummesalen er maskinanlægget fuldstændig ny-monteret.*

rer, Einar Frees, der ikke havde været på mejeriet siden først i 80'erne. Frees sagde ja til at hjælpe med oplysninger om kloakkerens beliggenhed og vandboringen. En rigtig god hjælp.

Inde i mejeriet blev det resterende inventar smidt ud, og Jørn Christiansen gik i gang med at købe andet - noget nyt, noget renovert. De automatiske enheder samt alle rør er nye og monteret af Kolding Gruppen.

## **FDB vil sælge »naturmælk«**

Den 3. oktober 1994 startede man indvejning af den økologiske mælk fra de otte leverandører, der på årsbasis leverer 3,2 mio. kg mælk. I november var der først indvielse med 110 gæster og senere åbenthus-arrangement med 800 besøgende. Sædvanen tro stod Økologisk Samvirke selv for tilrettelæggelse og bespisning begge dage. De involverede parter viste endnu en gang at gå ind for sagen.

Imod hensigten skulle den første »naturmælk« ikke afsættes i Nordtyskland. En stigende efterspørgsel på det danske marked betød, at andre danske mejerier manglede økologisk mælk. Naturmælk kunne levere, alt imens man uden hastværk kunne forhandle

med detailhandlen om en fremtidig aftale.

Naturmælk var selvfølgelig meget bevidst om den store efterspørgsel på økologisk mælk og tog sig tid til at opnå en langsigtet aftale. Aftalen blev indgået med FDB midt i december. Tidligere har FDB tilkendegivet, at man trods mangel ikke ønskede at importere økologisk mælk. Derfor må den nye aftale ses som en klar forbedring af FDB's forsyningsituation.

I slutningen af januar begynder Naturmælk således at levere konsummælk tappet i egne kartoner til FDB. Af mejeriets samlede indvejning vil en meget stor del gå til kæden, men mejeriet holder samtidig fast i sin oprindelige beslutning om også at producere ost. På det danske marked er efterspørgslen også her stigende, men kun langsomt. Derfor satser Naturmælk i starten på at afsætte disse til det nordtyske marked, men det danske marked skal ikke snydes. Også her vil det være muligt at købe ostene.

»I første omgang bliver det produktion af en ny ost ved navn Gou-Dan, som vi i øjeblikket søger om at få registreret, men senere følger nok også Havarti og Danbo - og smør bliver der selvfølgelig også«, siger Jørn Christiansen. »Endelig har vi et meget fint sam-

arbejde med Thise, Løgismose, Landmandslyst og Grindsted. Vi vil gøre alt for at opretholde dette. Her er en af de væsentlige faktorer en god og åben kommunikation«, fortsætter han.

## **En positiv udvikling**

Der er p.t. tre medarbejdere i mejeriet, en chauffør og en sælger, men med udsigt til en stigende mælkemængde over de næste par år kan dette ændres i løbet af kort tid. Jørn Christiansen formoder, at Naturmælk har omkring 10 mio. liter mælk i løbet af nogle år.

»Vi har ingen intentioner om at blive et stor-mejeri. Vi er et lokalt økologisk mejeri, som ønsker at indsamle mælken i det nærliggende opland. At køre store afstande for at indsamle mælk finder vi ikke »økologisk« korrekt. Derfor målsætningen om at være et lokalt mejeri, der skal styrke det økologiske miljø i Sønderjylland«, påpeger Jørn Christiansen.

## **Ikke for pengenes skyld**

Han nævner også, at holdningen og indstillingen hos leverandørerne er meget positiv.

»I 1980'erne var en del af de økologiske producenter mere yderligtgående og kompromisløse end dem, der i dag udgør de økologiske producenter. De har en mere stabil produktion og tænker mere langsigtet.

Vore leverandører er med i alle beslutningsprocesser. De har alle indflydelse, hvilket de nødigt vil undvære. De tror på sagen og går ind for den. Det er ikke for pengenes skyld, at de er økologiske producenter«, mener Jørn Christiansen.

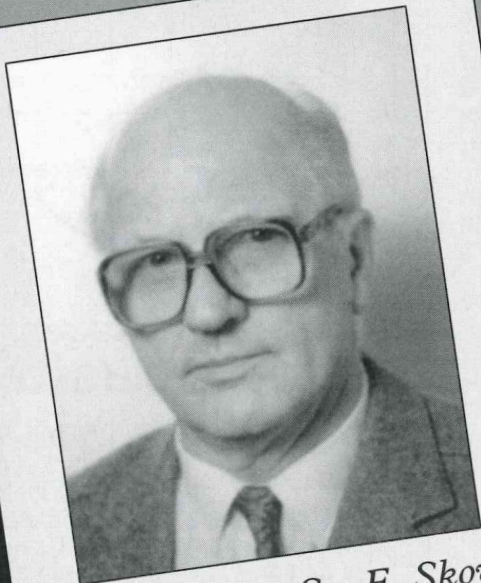
Landbrugsminister Henrik Dam Kristensen har efter meldingerne om manglende økologiske fødevarer taget op til overvejelse, om der kan findes nye støttemuligheder til landmænd, som ønsker at lægge om til økologisk produktion.

»Til en vis grad er det ganske udmærket, men jeg kan nu ikke gå ind for nogen hurtigløsning. Lad det tage sin tid. Omvendt kan jeg have svært ved at forstå, at der i vores branche forsat er mange med en noget forstokket holdning til økologisk produktion. Hvorfor ikke erkende behovet frem for at tage total afstand fra det«, slutter Jørn Christiansen.

*ED*



# Rapport fra en mejerispand



*Af mejerileder Sv. E. Skov,  
MD Foods, afd. Nordenskov*

Det er årets sidste aften. Det er sent. Jeg går en tur igennem mit mejeri for at se, om alt er i orden og føler akkurat som landmanden, der går en tur i stalden, inden han går i seng. Der er stille i mejeriet i aften. Een af de få aftener om året, da vi her på stedet arbejder mange uger, alle 7 dage, døgnet rundt.

Duften af mejeri slår mig i møde. Jeg kender alle disse dufte. Også når de engang imellem går over i lugte. Et tegn på at rengøringen ikke er perfekt. Ganske bestemte lyde når mit øre. Kølemaskine, ventilatorer, kedelen eller gasbrænderen og en enkelt dampbane gi'r det kendte knald, når den er utæt. Den skal ses efter, husk det!

## Mit mejeri

Når jeg slukker lyset og ser mig tilbage i det rum, jeg forlader, ser jeg de mange små lys, lysegrønne eller røde lamper, der minder mig om, at den nye teknologi også har fået indpas i mit mejeri. Et værktøj som har gjort mejeridrift fuld af flere konstanter. Det har vi brug for. Den moderne kundes krav er varer af en konstant kvalitet. En kvalitet, der måske ikke er den allerhøjeste, men altid af samme kvalitet! En vare man kan regne med!

Inden jeg forlader skummesalen, lader jeg mine fingre glide forsigtigt, følsomt op ad fliserne, der sidder på de tykke mure. Og jeg tænker på de mennesker, som levede, dengang dette gamle mejeri blev bygget. Jeg har den dybeste respekt for den vilje, det sammenhold, det fremsyn, der gjorde det muligt at skabe, at bygge og holde sammen om sognets mejeri. Jeg har været her i snart 40 år og mindes med ærbødighed og glæde mange stoute bønder, for hvem mejeriet var deres hjertesag.

Så passerer jeg mejeriets »hjerter«. Rummet hvor vi dyrker vores syrekulturer. Et blink i rustfrit stål med al den automatik man kan ønske sig. Overtryk på syrnings-tanke, pH-måling direkte i disse tanke, samt temperaturmåling. De sidste to ting udskrives på en printer, så man er sikker på, at syrningskulturen er, som den skal være – konstant – fra dag til dag. Jeg er stolt over dette dejlige anlæg.

Så står osteriet for tur. Ventilationen er i gang. Det er vigtigt at få fugten ud af lokalerne hurtigst muligt. Dette for at undgå for gode forhold for en eventuel infek-

tion bl.a. af noget vi kalder bakteriofager.

## Sladrehanke i osteriet

Der står de så, ostetanke på rad. De blinker mig i møde i skinnende rustfrit stål. Også her er der for hver ostetank automatik. Det er som fjernsynsskærme, der lyser op i mørket. Disse skærme sender døgnnet rundt informationer om alt, kulturtilsætning, mængder, temperaturer, rørehastighed og pumpetid ud til en PC'er på kontoret.

Jeg kalder alle disse informationsveje for sladrehanke. Men disse her sladrehanke kan jeg li'. De giver mig tryghed og vished om, hvad der er sket, hvornår det er sket. Det gælder al produktion og CIP-rengøring. De rustfrie rør dominerer overalt lige fra 2" rør til 4" rør. Hvem skulle ha' forudset så store dimensioner af mælkeledninger, da vi kom i lære i 1943?

For- og efterpresselinjen står ren, tavs og lang og venter på ny produktion i morgen aften. Det lugter lidt, da jeg passerer efterpressen! Et ganske bestemt sted, når det mine næsebor. Jeg går et skridt tilbage, ser ned under pressen. Kan ikke se noget. Men noget er ikke, som det skal være. Husk det nu. Gi' besked derom til rette mand. Så lukker jeg døren op til saltlagerrummet, tænder lyset og ser ned igennem et 45 meter langt rum, hvor Gadan-bakkerne flankerer begge sider i det meste af lokalet. Her er en ny duft. Nogle vil måske sige ny lugt. Men lad det nu være. Sådan skal det lugte. En duft af saltlage, tilsat en selvregulerende population af gær. Vi fremstiller mange skorpefrie oste. Og det er vigtigt, for at holde disse oste frie for mugdannelser, at der findes et minimum af gær i saltlagen. Disse gærarter forbruger den ilt, der eventuelt er tilbage i overfladefugtigheden, når de er pakket i folie. – Nu kan nogen mejerifolk have en anden mening om gær i saltlage – men det gør ikke min erfaring ringere eller mindre rigtig.

## Det går godt

Alle bakker kontrollerer jeg. Alt er ok og døren går op til pakkeriet, der mest af alt ligner en operationsstue. Sådan skal det også være! Rent, næsten sterilt fra loft til gulv. Pakkeriet er ikke for stort, men de holder det godt de pakkerifolk.

Helt nede i den nordlige ende

af mejeriet passerer jeg en PC'er, hvor alle oplysninger om vort spildevand afsløres. Spildevand, det er et helt kapitel for sig. Vigtigere end nogensinde er det, at disse forhold er i orden. Og jeg har flere gange påstået, at her ved denne PC'er kan jeg stille stå og se, at dette mejeri går godt. Her afsløres spild af enhver art. Det være sig vandmængde, uheld, sjusk, utætte ventiler, dårlig vedligeholdet CIP-anlæg o.s.v. straks. Og jeg kan gå ind for at se hvornår det unormale er sket. Jo, jeg har det godt med dette anlæg.

## En tur i kælderens

Så spadserer jeg igennem lagrene, lytter, ser og tænker. Jeg nyder at se de snorlige rækker af oste, der er stablet op i en højde af 6 meter. Der er mange. Det vil der jo være med den store daglige produktion.

Så kommer turen til oste med skorpe. På disse lagre er der også en duft af kit. En dejlig duft, ren, mild lugt af ammoniak. En kit skal dufte godt, men rent! Husk på denne duft af nedbrydning af ostens skorpe er jo en vigtig faktor i ostens kommende smag. Og den smag skal for vore ostes vedkommende være mild, men ren.

Jeg tager en tur med elevatoren ned i kælderens, hvor valleafdelingen findes. Fuldstændig adskilt fra produktionslokaler. Hervede havner al vollen fra de tre osterier, vi har i huset. Fra skorpeproduktion, skorpefri produktion og Ricotta-produktionen. Løber igennem en skumme- og pasteuriseringslinje for at havne i en buffertank til føddning af et UF- og RO-anlæg. Også dette anlæg står i kælderens og skinner mig i møde med lamper, kontrolpanel og glimt. Her koncentrerer vollen til 1/5 af sin volumen, og sendes videre til DP. Også her i kælderens er der stille, kun ventilationen går og vandpumperne går på lav hastighed.

Selv hervede i kælderens kan jeg høre, at det er nytårsaften, idet knald og brag fra nytårsfyrværkeri når helt hervede.

## Udslagsgivende og uundværligt

Stille går jeg videre. Passerer laboratoriet. Standser op og ser ind. Der er pænt herinde. Den karakteristiske duft af laboratorium er der, men ikke stærk. Der er god udluftning. På dette laboratorium tager vi alle relevante og overkommelige analyser. På min morgentur stiler jeg allerførst mod dette lokale, for at få resultater af gårdsdagens produktion. Er resultaterne gode, underbygges en god dag! Og omvendt hvis analysen fortæller noget andet. I dette rum har jeg nok haft mine største nedture og største raserianfald. Men undvære det dejlige laboratorium vil jeg ikke for guld. Laboratoriet i et moderne mejeri er som et rør på et skib, uundværligt.

Til allersidst sætter jeg tyveri-alarmen til. Sådan er det anno 1994/95. Vi har haft besøg af tyve.

## Mit bagland

Jeg slukker de sidste lys, låser dørene og går stille hjemad. Standser op ude foran mejeriet, ser op mod de store bygninger, der ligger baded i lys. Det er min arbejdsplads. Det er vor arbejdsplads. Vi er mange medarbejdere. Og uden dem og deres store entusiasme og dygtighed var man dårligt stillet.

Endnu et blik mod mejeriet og en følelse af glæde over denne virksomhed, og så fortsætter jeg hjemad, mens kanonslagene brager omkring mig. Jeg nærmer mig vores hjem. Sigrids og mit hjem. – Mit bagland! Uden et godt bagland var det hele forgæves. Jeg ser lysene glimte imellem træerne og kommer ihu:

Her har jeg min lykke, her har jeg mit hjem,  
her har jeg mit kald og min kvinde.  
Har ploven og ageren trættet hvert lem,  
tyst glimte et skær, mellem pilene frem,  
da tænder hun lyset derinde.

Der går som en varmenende strøm i mit sind  
ved arnelysenes kalden;  
hjem nikker mit spand i den krydrede vind,  
hos hende jeg sætter til skiven mig ind,  
mens øgene gumler i stalden.

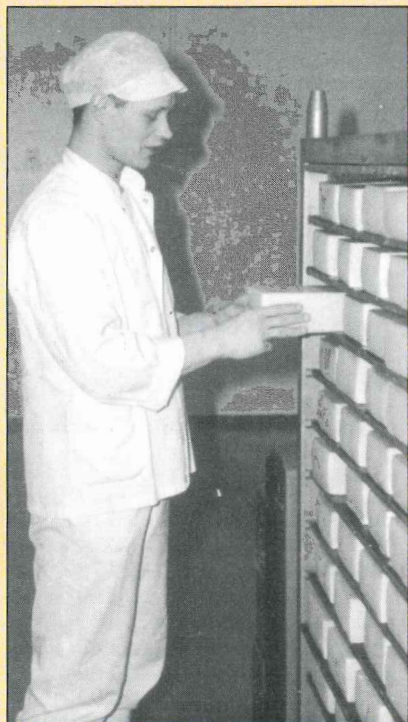
# Røver fra Rold dirigerer Grube ost mejeriet

Et af Danmarks mindre mejerier ligger i Vellev ved Langå. Til mejeriet hører flere særegne historier, men mest særpræget er mejeriets ost – Grube osten – der er blevet en succes.

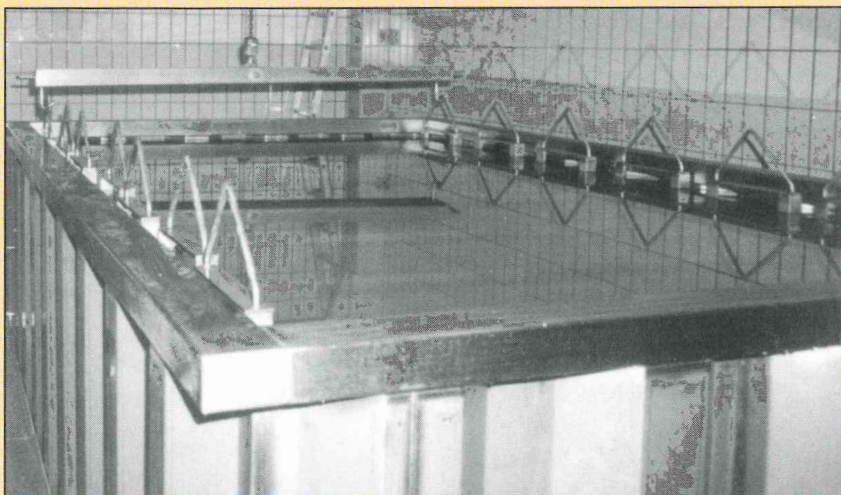
Ostefolkene bag osten arbejder som et harmonisk orkester, og dirigenten er Aage Lisberg (Een af de tre røvere fra Rold – siger han selv). Allerede her får man et praj om, at mejerichefen på MD Foods afd. Vellev siger tingene på sin egen måde.

## Målrettede investeringer

I november 1993 besluttede bestyrelsen i MD Foods, at Vellev Mejeri skulle fortsætte som Grube ost mejeri, og herefter blev investeringerne mere målrettede. I november 1994 tog man på mejeriet et



På det nye varmelager er nye stativer taget i brug, så her er der ikke behov for udvidelse, før den årlige produktion overstiger 5.000 ton.



I det nye saltningsrum er der opstillet seks kar. Her saltes ostene et døgn under cirkulation. Vand og saltvand styres kemisk og bakteriologisk.

nyt varmelager med nyt hydresystem i brug – kapacitet op mod 5.000 ton. Et nyt saltningsrum med seks kar er også implementeret. Men her stopper det ikke.

Produktionskapaciteten på årsbasis er øget til 3.000 ton, og den er man ikke langt fra at ramme. Ligeledes er man ved at afslutte arbejdet med et nyt færdigvarelager beregnet som buffer til 120 ton ost.

Vellev-syren, som bruges til Grube osten, skal i fremtiden fremstilles i et særskilt lokale, og centrifugerne placeres i et særskilt rum for således at mindske støjgen. Endelig investeres der ca. 3 mio. kr. i et microfiltreringsanlæg for således at eliminere risikoen for senpustning. Vellev Mejeri bliver det første gul-ost mejeri herhjemme, der anvender microfiltreret mælk til lagrede oste. Anlægget tages i brug i uge 16.

Disse mange nye tiltag sker selvfølgelig ikke på baggrund af en hovedkuls beslutning, men fordi Grube osten er blevet en succes. Men hvad er forhistorien?

## Inspiration og optimisme

Grube osten, der er en 50+ fast

modnet ost, har efterhånden ti år på bagen. I 1985 startede Aage Lisberg nemlig produktionen på Drøbro Mejeri, og to år senere tog han den med til Vellev Mejeri, som i 1985 indgik i MD Foods. Denne flytning af Grube osten varede omkring et halvt år, fortæller pioneren af Grube osten. Det var ikke såre enkelt igen at opnå den samme kvalitet, men det lykkedes! »Ostefolkene kom til at lave en unik ost, der kunne sælges«, siger Aage Lisberg med et glimt i øjet.

Han fik interessen for osteproduktion som mejerist hos pioneren inden for Mozzarella, Peter Korsgaard, på Råstedbro Mejeri.

»Han var/er en af mine inspirationskilder, og såede megen optimisme i mig«, siger mejerichefen med skråhuen – et tiltag for bedre at kunne klare lidt modvind...

## Naturens egen ostekælder

Med til historien hører også den særlige lagring, som Grube osten får. Først er den to uger påvarmelageret og flyttes så til fjernlageret på Drøbro Mejeri, inden den transporteres til Mønsted Kalkgruber. I kalkgruberne, som er 1.000 år gamle og ligger 35 m un-

der jordoverfladen, er der en konstant temperatur på 8,5°C og en relativ luftfugtighed på 97%, hvilket er ideelt for den specifikke Grube ost kit. De konstante forhold giver en ensartet lagring, og dermed den ensartede kvalitet, der kendetegner osten.

Et fast team af ostedommere kontrollerer ostene, når de er otte uger (lige inden de forlader »naturens egen ostekælder« og finder vej til forbrugerne). En lignende bedømmelse foretages også inden lagringen i gruberne. Der foretages en bedømmelse af ostene fra hvert enkelt kar, og ostene fra de kar, der ikke mindst opnår karakteren 9 på en skala, der går til 15, bliver ikke distribueret. Således frasorteres i alt ca. 5% af ostene, og Aage Lisberg ser det som én af årsagerne til, at man aldrig har oplevet reklamationer fra hovedaftageren mod syd, Tyskland. En anden væsentlig faktor i kvalitetsstyringen er kontrollen af den rå mælk, som ud over bestemmelse af totalt kimindhold også kontrolleres bakteriologisk såvel som organoleptisk.

## En eksportsucces

Vist er Grube osten kendt blandt de danske forbrugere, men i Tyskland er den kendt som Höhlenkäse. Faktisk har den opnået en 5. plads på top-ti-listen over de oste, som de tyske forbrugere kender bedst. Samtidig var den den eneste danske ost på listen. I 19.000 specialforretninger kan tyskerne købe osten. Osten er faldet i deres smag, og de er parat til at betale, hvad der svarer til ca. 80 kr. pr. kg.

99% af produktionen eksporteres, primært til lande inden for EU. Heraf afsættes 95% på det tyske marked. Et forholdsvis nyt tiltag er, at der sammen med osten pakkes opskrifter, der angiver anvendelsesmuligheder. Et tiltag, som i levnedsmiddelbranchen nu ses flere steder inden for specialprodukter. En oplagt markedsføringsteknik over for både den nye køber såvel som genkøberen.

## SuperBrugsen skriver

»Grube osten har en meget speciel smag, fyldig, aromatisk og al-



*Mejerichef Aage Lisberg, Velleø, fremviser stolt Grube osten i »naturens egen ostekælder« – Mønsted Kalkgruber – som violinvirtuosen Anker Buch er ejer af. Her finder man den karakteristiske duft af Grube ost kitten, som også er på mejeriets varmelager.*

*I gruberne eller lyttende til muntre harmonika-toner genfinder Aage Lisberg optimismen, hvis en telefonsamtale udefra har sat sindet i kog.*

drig stærk. Dette er opnået ved en usædvanlig produktionsmetode, der bl.a. indebærer lagring i Mønsted Kalkgruber. Samspillet mellem høj luftfugtighed, konstant temperatur på 8,5°C samt udvikling af kulsyre i kalkgruber-

ne 35 m under jorden, er således hemmeligheden bag Danmarks mest specielle ost«, skriver SuperBrugsen i sin præsentation af Grube osten.

ED

# Samsøoste fra thailandsk mejeri

## Mejerigården i Thisted, og andre danske investorer, er med i et nyt ostemejeri

Af  
Bjarne Wildau/  
Scand-Media Bangkok

Thailands mange turister har vist vejen hen til ostebordene. Vejen for en thailandsk produktion af gule oste er banet, og blandt investorerne i ostemejeriet »Premier Dairy Foods Co.«, er Mejerigården A/S i Thisted.

Bag Asiens første mejeri for gule oste, står thailænderen Treepol Boonchochuay, som forresten også var en af investorerne, da mejeriet Danish Dairy Industries åbnede i samme område for otte år siden.

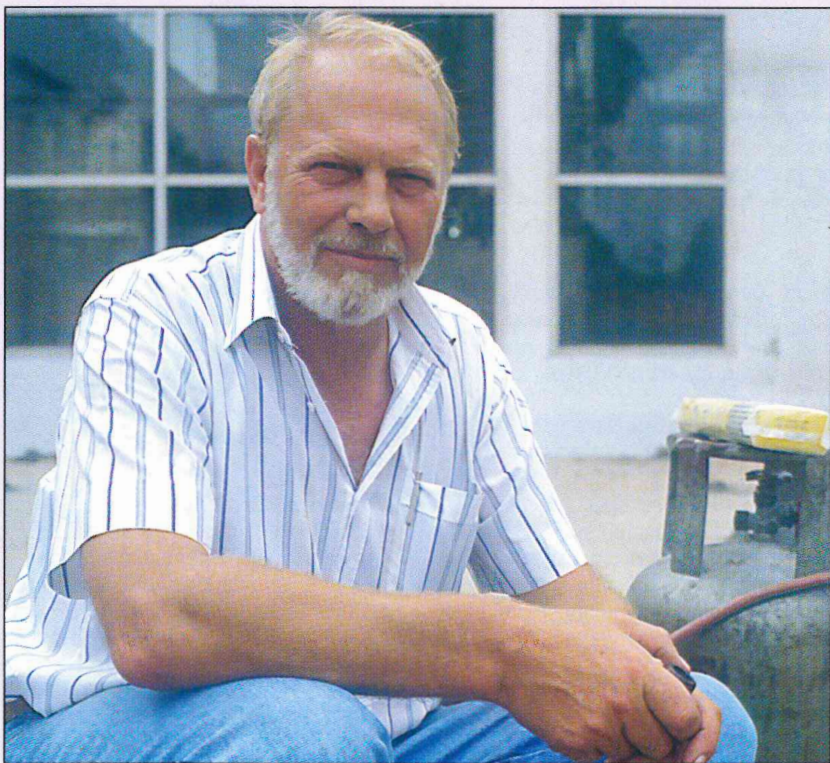
Den thailandske investor, der har skabt sin formue ved, via hundredevis af bude, at bringe 35.000 aviser ud i Bangkok hver eneste dag, ejer 52% af den samlede aktiekapital på i alt 4,7 mio. kr. Mejerigården har 12%. Industrialiseringsfonden For Udviklingslande (IFI ... de såkaldte kaffepenge) har 20%. De sidste 16% deles mellem danske Scanpro A/S, der har leveret maskinparken, og endnu en dansk investor. Der er investeret godt 10 mio. kr. i mejeriet.

– Thailand importerede næsten 900 tons ost sidste år. Det spises hovedsagelig af turister og fastboende fra den vestlige kulturkreds. Men vi thailændere er sandelig også ved at få smag for ost, som vi ofte nyder sammen med vin, siger Treepol Boonchochuay.

– Vi åbner mejeriet på det rigtige tidspunkt. Importerede oste har banet vejen, og vi er klar til at erobre en del af det marked, der stiger med mindst 15% om året.

### Høj importafgift på ost

Treepol hænger en anden del af sin optimisme op på en krog, der



– Generelt er det nemt at etablere produktion i Thailand, sammenlignet med andre lande i den tredje verden, siger Gordon Frederiksen, fabrikschef hos Thailands første kommercielle mejeri for gule oste.

hedder, at al importeret ost skal kæmpe med en importafgift på mellem 60% og 80%. Den høje pris på mælk i Thailand fjerner lidt af den fordel, men man vil stadig kunne levere friskere ost, end de importerende konkurrenter.

Det 750 kvadratmeter store osteri får vand fra tre brønde, som er på selve grunden. Det pumpes op i et vandtårn, og når det er forvandlet til spildevand, ledes det ud i et rodzoneanlæg, et system som man bruger med stor succes i Thailand.

Det danske firma Scanpo, som er blandt investorerne, har leveret den største del af maskinerne. Ostekar og mælketanke kommer fra mejeriet Pilegården på Fyn. Resten af udstyret er produceret af danske og italienske fabrikker.

### Dansk ostemester

Den danske ostemester Gordon Frederiksen er ansat som fabrikschef. Han har tidligere haft samme funktion på en halv snes mejerier i

så vidt forskellige lande som Saudi Arabien, Sydkorea og Bolivia.

De sidste tre måneder har han deltaget i opbygningen af osteriet.

Der er selvfølgelig små problemer med at få containere gennem tolden i Bangkok. De lokale håndværkere har også lynende travlt, men generelt fungerer tingene her, siger Gordon Frederiksen, som får ansvaret for produktionen i det dansk designede mejeri. Kapaciteten er 230 tons årligt. Det første år kalkuleres der med, at der sendes 70 tons ost af mærket Caroline på markedet.

– Vi regner med, at Samsø og Hawarti bliver de dominerende produkter, i hvert fald på sigt, men i begyndelsen vil vi lave en bred vifte af oste, for at teste markedet. Vi overvejer også at udvikle særligt milde oste, skabt specielt til de thailandske ganer, siger Gordon Frederiksen, der senest måtte opgive et tilsvarende job i det nu krigsplagede Nord Yemen efter fem års ophold i landet.

# Tetra Pak Tebel - nøglen til ostesucces

*Af commercial director*

*Peter Holmskov*

*A/S Tetra Pak*

Tetra Pak overtog i maj 1995 samtlige aktier i Tebel MKT fra hovedaktionæren, den finske Hacman Gruppe og har siden 1991 ejet 47% af aktierne i Tebel MKT. Det nye selskab hedder Tetra Pak Tebel og vil i samarbejde med Tetra Pak Processing Systems være medvirkende til Tetra Pak's plan om at blive førende leverandør til alle led af industrien for ostefremstilling - inkl. emballering.

## Med fra start

En tredjedel af verdens totale mælkeproduktion anvendes til ostefremstilling. Det er således en høj-volumen-industri med mange produktionssteder, der har behov for rationelt udstyr.

„Det kan betale sig at investere i ost“, siger adm. direktør Reijo Svanborg, Tetra Pak Tebel. „Selvom et stort antal osteprojekter kræver omkring fem år for at finde frem til den bedste løsning for kunden, må vi være involveret i diskussioner med kunden fra den første forespørgsel til produktionsstart. I dag er der ca. 4.000 mejerier, som producerer ost. Om nogle få år vil dette antal være halveret. Det er Tetra Pak's markedsleders opgave at bruge sine kontakter til at finde frem til disse mejeriers investeringsplaner, så vi ikke går glip af vigtige forretningsmuligheder“, siger Reijo Svanborg.

## Multi-procesenheder

Tetra Pak Tebel står over for både lokale og internationale konkurrenter på dette markedsområde. Men ingen af dem har et komplet produktsortiment dækkende alle osteproducenternes behov.

Siden introduktionen af Casomatic, der er en aftapnings- og fyldeenhed i et kompakt system for halvfaste oste, har den revolutionære ostefremstillingen og gjort det muligt at producere høj-kvalitetsoste

selv på høj-mekaniserede osterier. Casomatic er videreudviklet og en nylig introduceret Multi-Column version kan tilbyde stor fleksibilitet mht. produktion af forskellige størrelser af ost med samme udstyr.

Andre komponenter i Tetra Pak Tebel's produktkatalog er unikke på forskellige områder, som f.eks. „Ost“ ostetanken, Alfomatic og Block Former, som mekaniserer Cheddar-produktionen, Cooler/Stretcher og Dry Salter til Mozzarella-produktion og O-vat til friske og bløde oste. Der findes også behandlingsmaskiner til at dreje og veje ostene, osteforme, osteformevaskere, ostepressere, transportbånd osv.

## Tilpasset installation

„Alt udstyr er funktionstestet på vor fabrik sammen med automationsdelen. Ved installation kræver ostepro-

cessen, som varierer fra osteri til osteri, altid finjustering af vore montere og serviceteknikere. Vi træner også produktionspersonalet samtidig. Selvom vi kun sælger en enkelt komponent, vil denne med assistance fra operatøren, udføre en funktion i et indviklet system“, siger Reijo Svanborg.

## Osteemballering

Tetra Pak Tebel specialiserer sig i faste, halvfaste, friske og bløde ostepyper. Udbuddet dækker en hel del oste, nemlig Cheddar, Emmentaler, Gouda, Mozzarella, Tilsiter, Hytteost, Feta, Blå skimmelost og alle lokale varianter.

Tetra Pak Tebel har sammen med Tetra Pak Processing Systems udformet løsninger til komplette produktionsproceslinier for hver ostetype - lige fra mælkeindvejning til den modnede emballerede ost. □



*Salgs- og marketingchef Kees Bleeker, adm. direktør Reijo Svanborg og teknisk produktionschef Ype van der Velde foran nogle af de Casomatic enheder, som skal leveres til Lichfield, New Zealand, hvor Tetra Pak Tebel udstyrer, hvad der betegnes som verdens største ostefabrik.*