



ÅRSBERETNING 2012/13



FRILANDS BESTYRELSE



Bjarne Møller
(Formand)
Advokat



Frode Flyvbjerg Kristensen
(Næstformand)
Økologisk
mælkeproducent



Bent Korsholm
Økologisk
studeproducent



Arne Juul Jensen
Økologisk
svineproducent



Nicolaj Pedersen
Økologisk
svineproducent



Nielli Simmelsgaard
Frilandsgrisproducent



Torben Langer
Frilandsgrisproducent



Erling Christensen
Landbrugsleder
Limousineproducent



Lorenz Hansen
Direktør for
oksekødsdivisionen
i Danish Crown



Erik Bredholt
Svineproducent
Formand i Danish Crown

Frilands formål er at fremme salget af Frilandsgrisen, økologisk kød og andre alternativt fremstillede fødevarer med særlige krav til husdyretik og miljø samt at fremme produktionen af disse produkter.

PÅ VEJ MOD NYE MÅL

Frilands årsberetning markerer afslutningen på endnu et begivenhedsrigt år.

Helt naturligt har der været stor omskiftelighed hen over året. Naturligt fordi sådan er den dagligvarebranche, vi er en del af – dels via direkte leverancer til detailhandlen og foodservice sektoren, dels via de industrielle kunder, vi har rundt omkring i verden.

For at være succesfulde, skal vi kunne agere i denne omskiftelige verden og hele tiden være klar til at justere kursen.

For at kunne sætte denne kurs er det dog også nødvendigt at vide mod hvilke mål, vi ønsker at drive vores virksomhed. Jeg glæder mig derfor over, at vi i løbet af sommeren 2013 har brugt energi på at definere målene for, hvor vi gerne vil være i 2018. Nøg-leordet er vækst, men ikke for enhver pris – vi skal fortsat arbejde benhårdt for, at vores kødkoncepter er økonomisk attraktive for vores dedikerede leverandører. Lykkes vi med det sidste, kan vi skabe vækst.

Vejen til målet bliver ikke "lige", og der vil være udfordringer undervejs, som vi endnu ikke kender. Som det tidligere har vist sig, vil teamet i og

omkring Friland være klar til at tage kampen op. Kampen skal kæmpes på tre fronter: Fokus på høj udnyttelsesgrad af vores dyr, en fortsat udnyttelse af den grundlæggende vækst, der er i vores kerneforretning – drevet af en positiv forbrugstrend, og sidst men ikke mindst adgang til flere markeder end i dag.

Et eksempel på de udsving markedet giver, er den udvikling, vi i år har set på eksporten af Frilandsgris. Det er tydeligt, at vi har behov for at få skabt et bredere grundlag i vores kundebase for fremover bedre at kunne absorbere en situation, hvor et marked eller en kunde stopper med at købe fra os i kortere eller længere tid.

Et andet eksempel er det pres, vi oplevede på eksporten af økologisk gris i regnskabsårets sidste kvartal. Igen vil en bredere markedsportefølje give os et mere solidt fundament i lignende situationer fremover – det er derfor, vækst er målet! Der er nu igen en begyndende optimisme at spore på eksporten, og vi har god grund til at tro, at markedet normaliserer sig i starten af 2014.

Kvægkoncepterne har i regnskabsåret udviklet sig positivt og efter en tung

start på året, har afslutningen været præget af en god takt på salget og en generel høj udnyttelse. At få tilpasset salget og leverancerne af dyr til hinanden er her et særdeles vigtigt parameter for forretningen – og en del, som vi vil sætte endnu mere fokus på i det nye regnskabsår.

Samlet set mener jeg, at vi kan være tilfredse med en omsætning, som er den næstbedste i Frilands historie – kun overgået af sidste års ekstreme rekord. Det skal dog samtidig siges, at det er målet at få skabt en større indtjening på en omsætning af denne størrelse, og her vil fokus være i det nye regnskabsår.

Til sidst vil jeg gerne på den personlige side give udtryk for en stor taknemmelighed for den modtagelse, jeg har fået som ny direktør i Friland. Det har været en stor fornøjelse at møde både kunder, medarbejdere, bestyrelse, leverandører og andre samarbejdspartnere til Friland. Jeg ser rigtigt meget frem til, at vi i fællesskab løfter virksomheden videre mod vores mål.

God læselyst



af direktør Henrik Biilmann



ÅRETS RESULTATER

Oven på et år med en rigtig høj vækst, har Friland netop afsluttet et regnskabsår, som har været noget vanskeligere, og hvor væksten har holdt en pause.

Samlet set har vi måttet konstatere en lille nedgang i omsætningen, som endte på 592,4 mio. kr. – en nedgang på 5,5%.

Den største del af omsætningsfaldet skyldes dog en nedgang i trading – indkøbte økologiske grise, som sælges i situationer, hvor der er mangel på grise fra egne leverandører. Det mindre indkøb af udenlandske grise er således en naturlig

følge af, at der ikke er samme mangel på økologiske grise, og Friland derfor bedre kan dække efterspørgslen med egne grise. Trading-salget er faldet med 27 mio. kr. og udgør nu kun 1% af omsætningen mod 6% året før.

Slagtningerne af økologiske grise har været stigende hen over året, og stigninger i slagtninger af økologiske grise hos aktører andre steder i Europa betyder, at især sidste del af regnskabsåret har været præget af udfordringer med udnyttelsen af det økologiske svinekød.

Salget af Frilandsgrise er faldet som følge af, at vores store kunde i Australien i en periode har indstillet deres ordrer. Det er dog positivt, at vi har en aftale med kunden om, at leveringen genoptages i løbet af nogle måneder. Vi forventer derfor, at der igen vil blive en god balance mellem slagtninger og salg af Frilandsgrise.

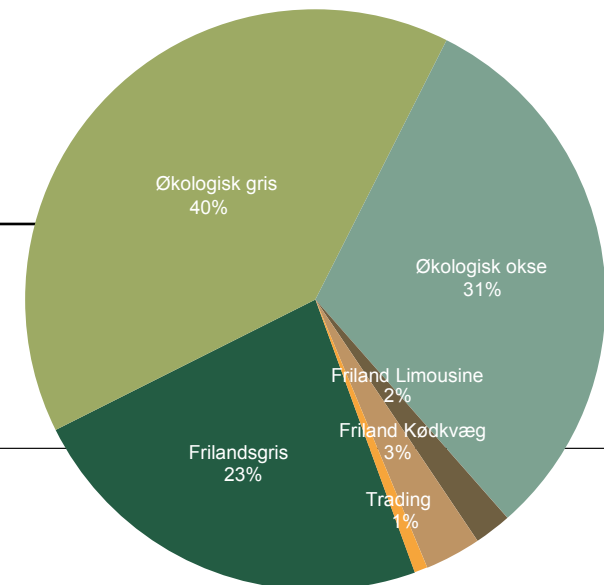
Slagtningerne af Frilandsgrise har ligget stabilt på det samme niveau hen over året. Der har ikke været den stigning i slagtningerne, som vi tidligere efterspurgt – og set i bakspejlet er opbremsningen kommet belejligt. På længere sigt vil der dog blive

brug for nye leverandører af Frilandsgrise for at opfylde Frilands vækst mål.

I det afsluttede regnskabsår har det været positivt, at det er lykkedes at skabe stor vækst i salget af økologisk oksekød. Salget af økologiske køer til hakket kød – både på det danske og tyske marked – har haft en positiv udvikling. For Friland har indtjeningen været noget presset af den stigende konventionelle notering på kreaturer, som ikke kunne hentes ind i øgede salgspriser. Det gav udfordringer med at holde en positiv indtjening på produkterne. Indtjeningen blev dog forbedret hen

OMSÆTNING FORDELT PÅ PRODUKTGRUPPER

Den store vækst i salget af økologisk oksekød betyder, at denne gruppe nu udgør 31%, mens de to svinekødkoncepters andel begge er gået tilbage med 2%, så Frilandsgris nu udgør 23%, mens det økologiske svinekød udgør 40%. Trading er igen blevet en meget mindre del af Frilands forretning – en meget forventelig udvikling, når udbud og efterspørgsel er i bedre balance end tidligere.



over året, som mod slutningen havde gode takter for denne produktgruppe.

Friland Kødkvæg har ligeledes sluttet et år med en stor vækst i omsætningen. Der har i perioder manglet dyr, men situationen har givet en langt bedre udnyttelse og

derfor bedre indtjening og højere priser til leverandørerne gennem året.

Friland Limousine har haft vigende mængder af dyr, men salget har ligeledes været lavere. Der har i perioder været mangel på dyr, men de stigende konventionelle priser

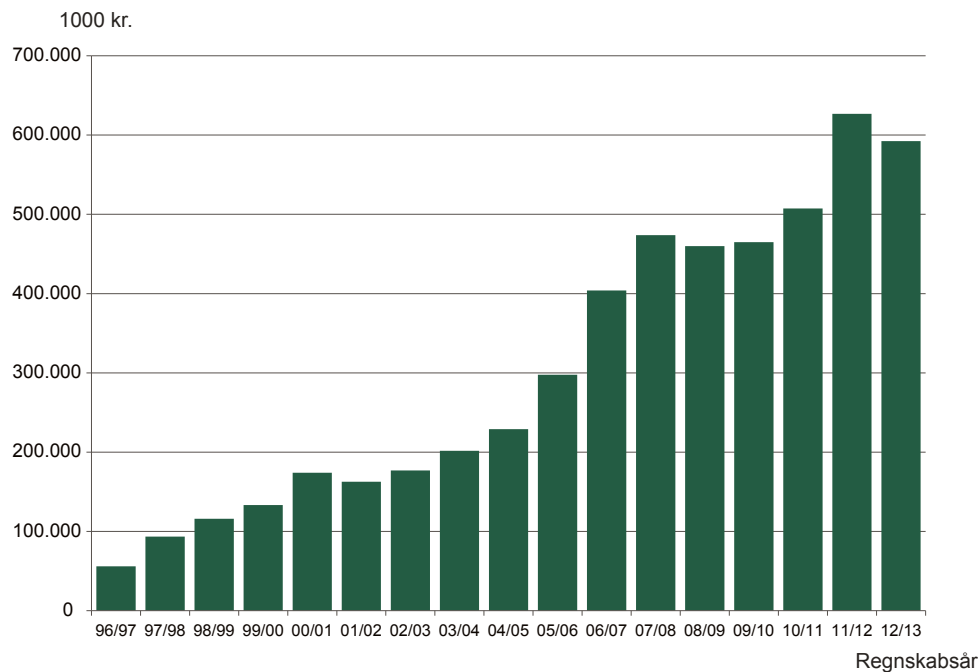
på kreaturer har gjort det vanskeligt for Friland at holde indtjeningen på produkterne, da der ikke har været mulighed for at øge salgspriserne tilsvarende.

RESTITILLÆG

I et år med mange udfordringer har Friland valgt at gå til grænsen af, hvad det har været muligt at udbetale i løbende

tillæg. Det betyder også, at der i år kun udbetales resttillæg til én af producentgrupperne. Limousine Unik har specifikt bedt om, at der – i lighed med tidligere år – opsamles til at udbetale resttillæg. Der er i år 1,05 kr./kg i resttillæg til leverandører af kalve til Friland Limousinekonceptet.

UDVIKLING I OMSÆTNING



NØGLETAL

Omsætning	592.373.000 kr.
Resultat før skat og resttillæg	1.189.000 kr.
Udbetalt i tillæg	134.432.000 kr.



FRILAND - ÅRET DER GIK

VELBESØGT SOMMERUDFLUGT TIL LIVØ

Ved noget som ligner starten på en tradition, holdt Friland og Økokød igen i år fælles sommerudflugt med stor tilslutning. Faktisk så stor tilslutning, at det blev nødvendigt at opdele deltagerne i to grupper og endda afvise de, som tilmeldte sig for sent.

Udflugten gik til den økologiske ø Livø, og færgen var fuld belagt, da tilmeldingsfristen var nået. De heldige 181 deltagere fik dog en hyggelig dag, som både gav indsigt i økologi og drift af kødkvæg. Driftslederen Karsten Kjærgaard viste rundt på markerne, og hans hustru Bente bød gæsterne på øens eget brød – bagt af ølandshvede, emmer og andre ældre kornsorter.

I øens tidligere kirke afholdtes Frilands halvårsmøder, som dog – på grund af begrænsningen i deltagerantallet – blev fulgt op af endnu et møde i Hovborg et par dage senere.



FØRSTE DIREKTØRSKIFT I FRILANDS HISTORIE

For første gang nogensinde skiftede Friland i år leder, efter at virksomhedens direktør gennem mere end 20 år, Karsten Deibjerg, valgte at søge nye udfordringer. Blandt mange interesserede kandidater valgte Frilands bestyrelse Henrik Biilmann som ny mand i chefstolen.

Med god stemning og godt humør hos både tiltrædende og afgangende direktør blev ledelsen overdraget under en skiftedags-reception d. 30. april på Frilandsgården i Randers Regnskov. Tidligere medarbejdere, leverandører og samarbejdspartnere mødte op, og de økologiske leverandører i Økokød benyttede anledningen til at give Karsten Deibjerg foreningens årlige "Skulderklap" som en anerkendelse af den indsats, han gennem årene har gjort for at fremme den økologiske kødproduktion i Danmark.



INSPIRATIONS DAG OM SVIN

Igen i år holdt Friland en inspirationsdag for alle, som ønsker at vide mere om muligheden for at starte produktion af øko- eller Frilandsgrise. Dagen henvender sig til etablerede landmænd og landbrugselever samt andre, som har en faglig interesse i at vurdere mulighederne i produktionsformerne.

Inspirationsdagen blev i år holdt i maj og omfattede et bedriftsbesøg hos svineproducent Rud Mikael Bruun i Holsted med efterfølgende faglige oplæg – om bl.a. etableringsomkostningerne for sohold – på Hovborg Kro.

FRILAND - ÅRET DER GIK



ANGUSKØD SOLGT VIA INTERNETTET

Udover at huse sommerudflugt og halvårsmøde var Livø også centrum for én af årets mere usædvanlige salgsindsatser – som endda havde fokus på både økologi og kødkvæg.

I samarbejde med Irma blev kødet fra Livø Angus solgt i særlige kødpakker med opskrifter, billeder og anden inspiration fra den smukke Limfjordsø. Initiativet vakte stor begejstring blandt Irmas kunder, og de 250 kasser med anguskød blev hurtigt udsolgt gennem bestillinger på Irmas hjemmeside.

Salget af anguskød er et led i Irmas stærke fokus på nordisk mad og et resultat af, at Irma har "adopteret" den økologiske ø og blandt andet også sælger mel fra øens produktion af ældre kornsorter.



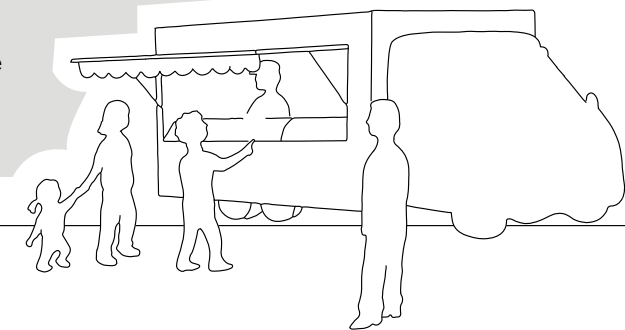
PREMIERE-ÅR FOR FRILANDSSLAGTEREN

Den rullende økologiske slagterforretning – Frilandsslagteren – har nu haft åbent i et år. Slagtermester Betina Larsen holdt premiere med vognen under forbrugermessen MAD i Aarhus i november 2012, og siden har vognen været åben på en række faste salgssteder på Sjælland.

Som forventet krævede det nogle måneders indkøring, inden kunderne vænnede sig til at lægge faste indkøb hos Frilandsslagteren, men salget er steget, og der er nu en fast kundekreds og et rimeligt salg flere steder. Et par salgssteder viste sig dog at have få økologiske forbrugere, og derfor skiftede vognen i sommer til et par nye salgssteder, hvor forbrugerne i højere grad værdsætter det brede udvalg af økologisk kød.

Under Økodag i april, blev Frilandsslagteren – ligesom køerne – sluppet løs og kørte udenfor sin normale rute for at parkere på Erik Hansens gårdsplads i Nordsjælland. Her var interessen så stor, at Frilandsslagteren kunne melde alt udsolgt ovenpå en solrig og velbesøgt dag blandt køer og gæster.

Selv om Frilandsslagterens vigtigste funktion er at opbygge kundekredse på faste salgssteder, er det fortsat hensigten, at vognen skal stille op ved arrangementer, som kalder på ekstra opmærksomhed.



FRILAND - ÅRET DER GIK



LANDBRUGSELEVER UNDERVISES I ALTERNATIV SVINEPRODUKTION

Gennem det seneste år har Friland gennemført 12 undervisnings-sessioner om økologisk svineproduktion på landbrugsskoler rundt om i landet. Undervisningen har både været rettet mod de særligt interesserede elever med økologi som linjefag og mod elever med interesse for svin – men uden speciel interesse for alternative driftsformer.

Undervisningen har blandt andet været gennemført for elever på Agri College ved Aalborg, Kjærgaard Landbrugsskole ved Bramming, Asmildkloster ved Viborg og Gråsten Landbrugsskole, og er gennemført for såvel produktionsledere som for elever på henholdsvis 1. og 2. hovedforløb.

Gæsteforelæsningserne på landbrugsskolerne er en del af Frilands langsigtede arbejde, som skal øge potentialet for en større alternativ svineproduktion i fremtiden.



ERFA-GRUPPER PÅ ENGELSK

En del landbrug har udenlandske driftsledere, og for at give dem bedre indsigt indenfor øko- og frilandsproduktion tog Friland i foråret initiativ til at oprette to ERFA-grupper, hvor arbejdsproget er engelsk.

Der var interesse nok til at oprette to grupper. Én med fokus på søer og smågrise og én om slagtesvin. Grupperne har henholdsvis ni og seks medlemmer, som både i foråret og efteråret har besøgt andre landbrug og udvekslet erfaringer, så alle har fået et bredere billede af den alternative svineproduktion i Danmark.

FRILAND - ÅRET DER GIK

WORKSHOP OM SLAGTESVINESTALDE

Der var stor interesse, da Friland i det forløbne efterår holdt workshop i Herning om nutidens og fremtidens slagtesvine-stalde. De knap 40 deltagere fik af Viden-center for Svineproduktion gode idéer til forbedringer af de nuværende stalde og idéer til nybygning af stalde.

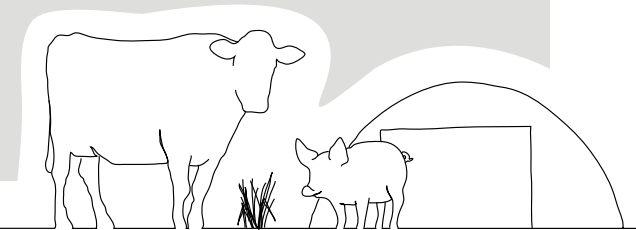
Udviklingscenter for Husdyr på Friland styrede workshopens anden del som var en diskussion af, hvordan man i fremtiden kunne indrette svinestalde på helt andre måder.



FRILAND HÆDRES FOR ÅRETS BEDSTE ØKOLOGISKE FØDEVARE

Sammen med samarbejdspartneren Oliver Carty modtog Friland i år en pokal for "Bedste Nye Økologiske Fødevarer" under messen Natural and Organic Products Europe i London. Pokalen blev givet for at have introduceret en økologisk Tørsaltet Back Bacon med havsalt. Natural and Organic Products Europe er den største økologiske messe i Storbritannien, og udnævnelsen skete på grundlag af stemmer fra messens gæster.

Det vindende produkt markedsføres på det britiske og irske marked af den irske virksomhed Oliver Carty, som er en mangeårig samarbejdspartner for Friland, og som har en række forædlede produkter i sit sortiment fremstillet af såvel øko- som Frilandsgris.



ØKOLOGISKE GRISE

Salget af dansk økologisk svinekød faldt i det forgangne år med 6%, og produktgruppen omsatte dermed for 205 mio. kr. Faldet kommer oven på et år med en meget høj omsætningsvækst og rigtig gode vilkår for især eksportsalget.

På eksportmarkederne har vi oplevet et år med stigende konkurrence. Der har mod slutningen af året været en generel stigning i slagtninger af økologiske grise, som har presset priserne og vanskeliggjort afsætningen. Især i regnskabsårets sidste kvartal er der sket en nedgang i salget til vore store eksportmarkeder. Samtidig har det gennem hele året ikke været muligt at afsætte til Australien, hvor der ikke har været den ventede succes med salg af økologisk skinke og bacon. Alt i alt har det medført en nedgang i eksporten af økologisk svinekød på 14%. Dette skal dog ses i lyset af, at eksporten året forinden steg med 28%.

Eksportomsætningen faldt med 14%. Dette skal dog ses i lyset af, at eksporten året forinden steg med 28%

Trods pres på priserne for skinker til det franske marked er omsætningen til det største eksportmarked steget med 6%, og salget til dette marked udgør nu 33% af Frilands omsætning af økologisk svinekød, mod 29% i det foregående år.

Salget til Tyskland via Friland J. Hansen er faldet en del. Omsætningen til det tyske marked er dermed 3 procentpoint mindre end sidste år, nemlig 23%.

Det øgede samarbejde med den irske virksomhed Oliver Carty om at afsætte røgede og saltede charcuteri-produkter har resulteret i en vækst i salget af økologisk svinekød til Irland.

Mindre markeder som Holland og Sverige, har begge vist gode omsætningsstigninger. Salget af kød til forædlingsindustrien i Holland er mere end tredoblet og udgør nu 4% af den samlede omsætning af

økologisk svinekød. Salget til Sverige er steget med 16%.

Salget til det danske marked har haft en god udvikling i det afsluttede regnskabsår. Omsætningen er steget med over 18%. Det betyder, at hjemmemarkedet – fra at udgøre en fjerdedel af omsætningen året før – er steget til nu 32% af det samlede salg af økologisk gris. Detailhandlen har taget vel imod de afsætningstiltag, som Friland har kunnet tilbyde, og der sælges fortsat mere økologisk svinekød til de danske forbrugere.

Salget til foodservice-sektoren har haft endnu et fremgangsrigt år, med en vækst

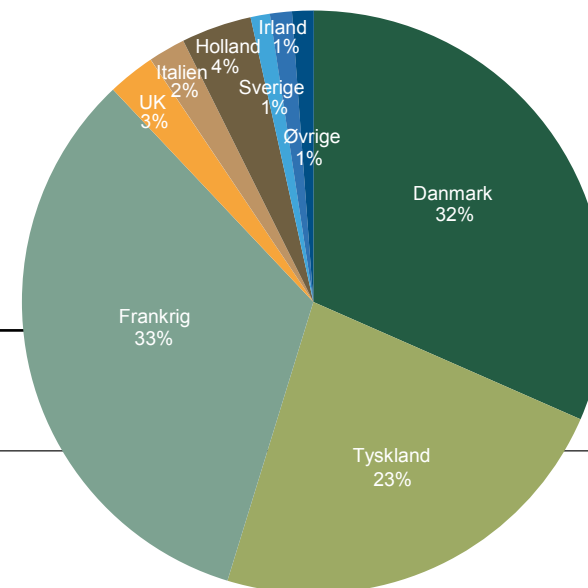
på omkring 40%. Denne sektor udgør nu 15% af salget på det danske marked.

Der har været en vækst i slagtingerne af økologiske grise på 11%, således at vi i det afsluttede regnskabsår slagtede 97.600 økologiske grise.

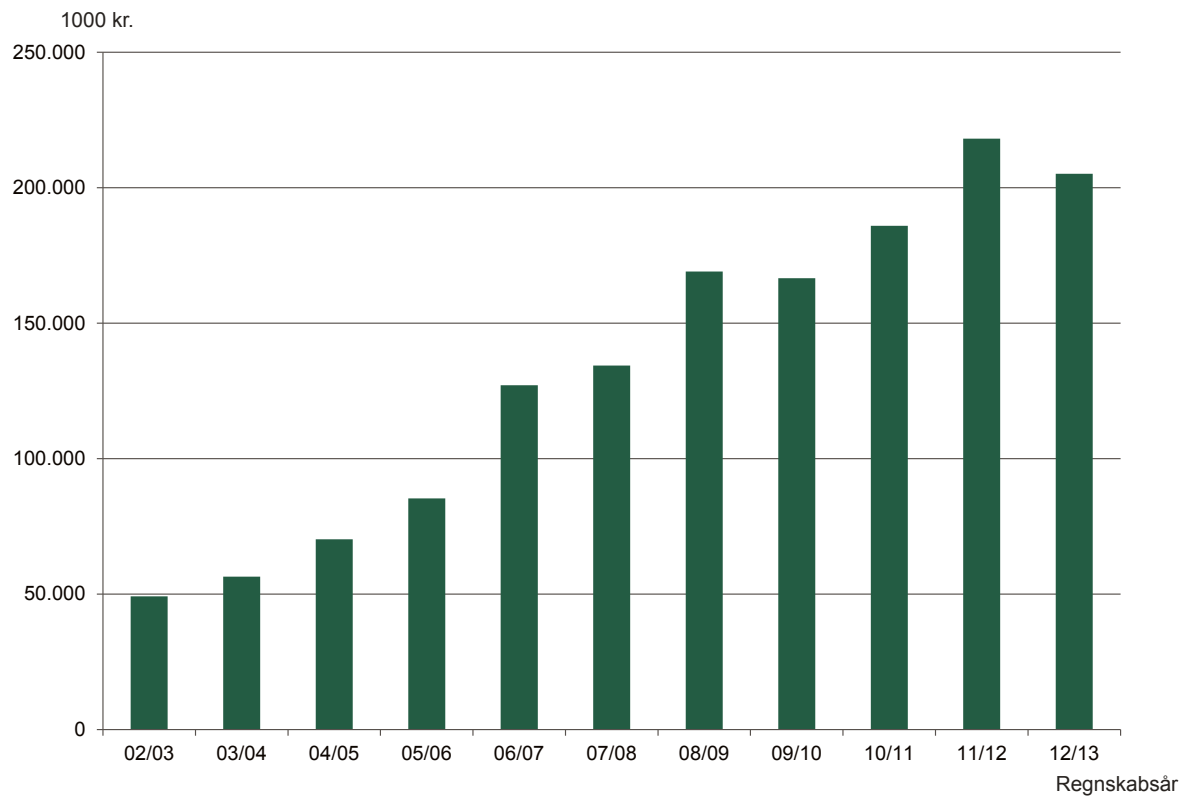
På det danske marked er omsætningen af svinekød steget med over 18%

De salgsmæssige udfordringer har betydet, at tillægget i år er faldet med 3,87 kr./kg og i gennemsnit har ligget på 11,31 kr./kg for alle slagtede økologiske grise. For leverandørerne opvejes faldet dog en smule af den stigning på 64 øre, der har været i den konventionelle afregning.

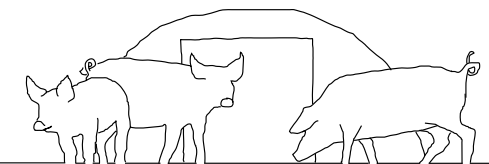
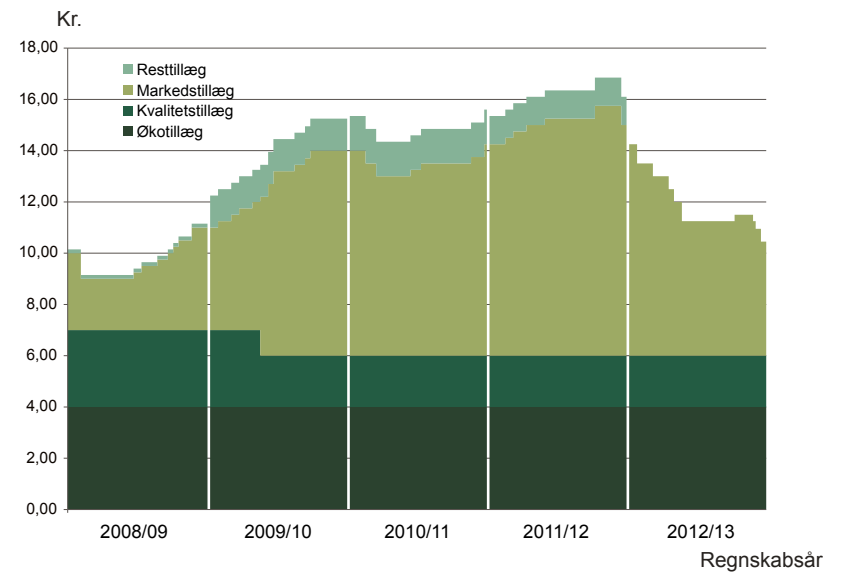
SALG AF DANSKE ØKOLOGISKE GRISE FORDELT PÅ MARKEDER



OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR ØKOLOGISKE GRISE



UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE GRISE



ØKOLOGISKE KREATURER

For salget af økologisk oksekød har det været et år med flot omsætningsvækst. Salget nåede 160 mio. kr. og havde en vækst på næsten 35%.

Eksporten af økologisk oksekød blev mere end fordoblet og udgør nu 22% af produktgruppens omsætning.

Det er eksport af slagtekroppe fra økologiske køer, der er årsag til den store vækst i eksporten. Afsætningen til Tyskland giver en stor fleksibilitet i leveringerne, og betyder – selvom der ikke er tale om høje priser – at der har været en høj udnyttelse af dyrene.

På hjemmemarkedet har der været en generel stigende afsætning både til

detailhandlen, til storkøkkensektoren og til slagtere. Omsætningen på hjemmemarkedet er steget med 22% i det afsluttede regnskab, sammenholdt med året inden.

Det er positivt, at den relativt største stigning på det danske marked er salg af bøffer og stege til detailhandlen. Der har været 50% vækst i salget, som dog stadig udgør en meget lille del af den samlede økologiske oksekødsomsætning. Det hakkede oksekød, der udgør langt størstedelen af omsætningen, er steget med 20% siden foregående regnskabsår.

Desværre har der været et fald i salget af stude og kvier på 19%. Det er fortsat vanskeligt at afsætte det mest værdifulde oksekød, og det har kunnet mærkes på

salget af ungekserne. På trods af et fortsat højt kampagnetryk hos den vigtigste kunde, Irma, har den stærke priskonkurrence betydet et faldende salg.

Totalt set er der slagtet ca. samme antal økologiske kreaturer, som foregående år – i alt 23.655 dyr. Der har været slagtet flere køer – godt 17.900 – hvilket er ca. 800 køer mere end året inden. Der er derimod slagtet lidt færre stude/kvier – 5.500 stk. – hvilket er 650 mindre end sidste år.

Tillægget for de økologiske dyr har dog været lavere i det afsluttede regnskabsår end året inden. Der har været stigende

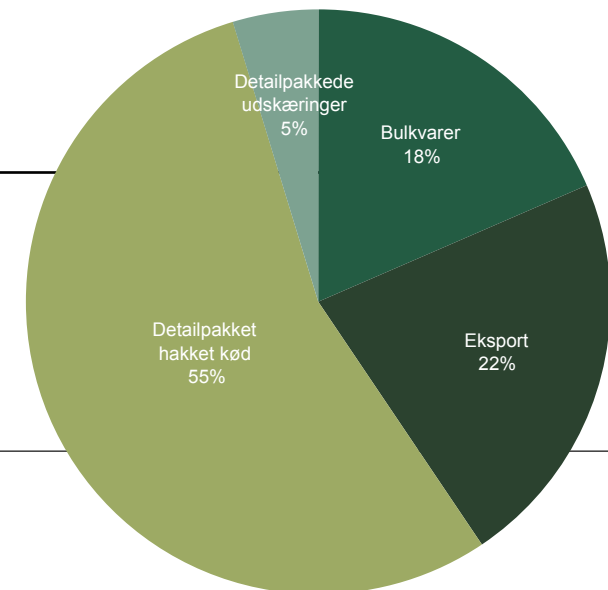
konventionel notering på dyrene, og det har ikke kunnet hentes hjem i markedet. Der er i alt udbetalt 15,5 mio. kr. i tillæg

til gruppen. Det er i gennemsnit 2,40 kr./kg – 66 øre mindre end sidste år. For gruppen af køer modsvares det af en stigning i den konventionelle afregning på 1,18 kr./kg, mens der har været et lille fald i den samlede afregning for stude og kvier.

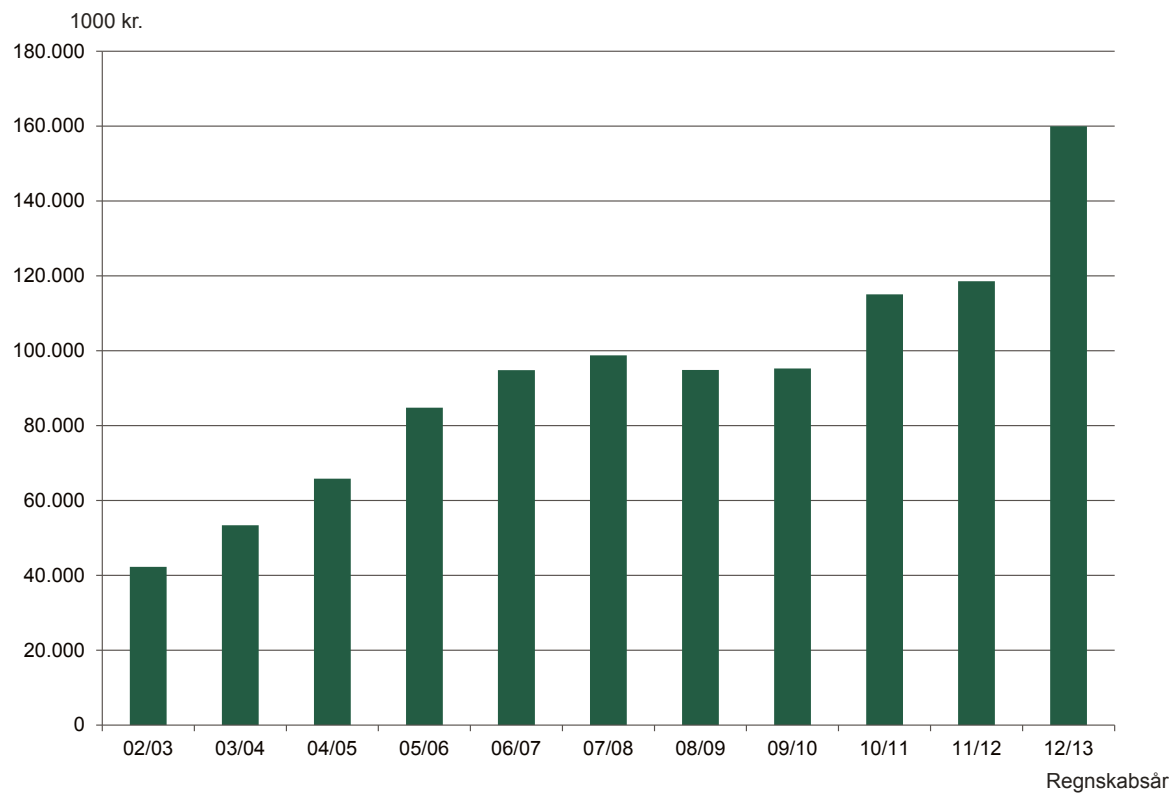
Omsætningen på hjemmemarkedet er steget med 22%

Afsætningen til Tyskland giver en stor fleksibilitet i leveringerne.

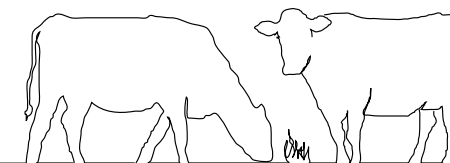
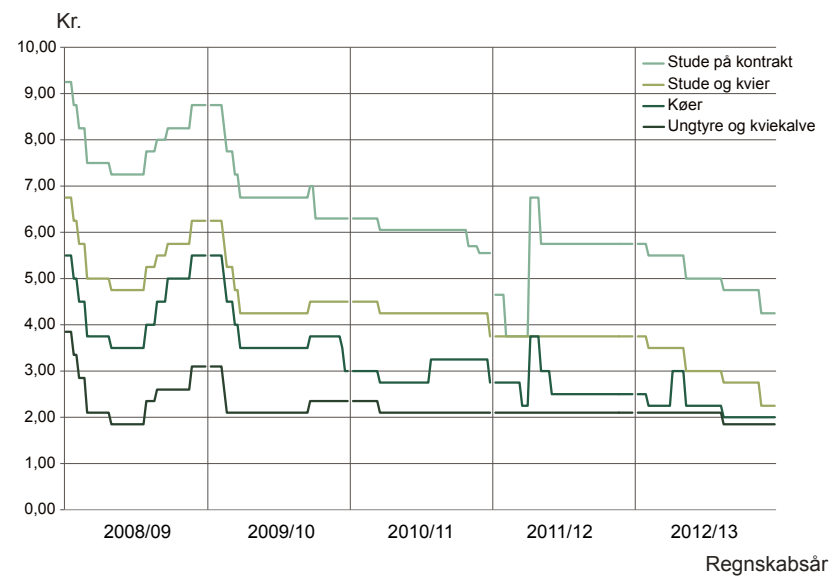
SALGSFORDELING FOR ØKOLOGISKE KREATURER



OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR ØKOLOGISKE KREATURER



UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE KREATURER



ØKOLOGI

JULEØKOLOGI I BUSSER OG BUTIKKER

Julen bragte økologi til mange hjem – endda helt ind under juletræet. Friland garnerede i 2012 julemaden med økologiske til-og-fra-kort, som forbrugerne kunne finde i hovedstadens caféer og bybusser.

Kortene var også til rådighed i Føtex, SuperBrugsen og Kvickly, hvor kunderne yderligere havde mulighed for at smage Frilands økologiske julemedister ved butiksdemonstrationer i butikkerne.

Et særligt julehjerte prydede også kødemballagerne. Det flettede hjerte havde indbygget QR-kode, som – via smartphone – guidede kunderne videre til et mobil-website med juleopskrifter.



TI FØTEX GIK FORAN – FLERE FULGTE

Efter i mange år at have et begrænset sortiment af økologisk kød, har flere Føtex-butikker gennem det sidste år markant øget opmærksomheden på økologi. Allerede sidste år gik ti sjællandske flagskibs-butikker foran og øgede sortimentet med blandt andet økologiske bøffer af oksefilet. Friland bakkede initiativet op og inviterede slagtermestrene fra de ti butikker på bedriftsbesøg hos svineproducenten Jesper Adler, så de med egne øjne kunne se, hvordan dyrene har det.

Ret hurtigt sluttede flere butikker sig til økologi-bølgen og har nu et forøget sortiment af økologisk kød, hvilket også har givet sig udslag i, at salget af økologisk kød er steget. Butikkerne har også flittigt brugt Frilands salgsmaterialer, herunder årets opskriftshæfter og de to udgaver af avisen ØKo & Gris, som udkom i løbet af året.



ØKOLOGISK OKSEKØD GØR HVERDAGEN NEM

Økologisk kød skal være mere end blot festmad i weekenden. Det skal indgå i hverdagens madlavning, og det var netop udgangspunktet for et opskriftshæfte, som Friland udgav sidste vinter.

Hæftet "Nem hverdag med økologisk oksekød" gav opskrifter på hverdagsretter som flanksteak og pebersuppe med kødboller, som kunderne også fik mulighed for at smage under butiksdemonstrationer i blandt andet Føtex og Bilka.

Samtidig var kødpakker med økologisk oksekød prydet med QR-koder, som guidede kundernes smartphones ind på et mobil-website, hvor de også kunne finde opskrifterne.



ØKOLOGI

KØKKEN-BESØG HOS GRISE I TRE LANDSDELE

Tre af Frilands økologiske svineleverandører tog i det forløbne år imod gæstende økonomaer og andre storkøkkenfolk, som ønskede at lære økologien bedre at kende.

Besøgene var organiseret af Landbrug & Fødevarer, som i samarbejde med Hørkram, Cater Engros og AB Catering organiserede besøgene hos henholdsvis Jesper Adler på Sjælland, Risbjerg Landbrug på Fyn og Nicolaj Pedersen i Jylland.

Turene begyndte på grossisternes fødevarerterminaler, hvorfra deltagerne blev kørt i bus til forskellige økologiske landbrug, hvor der dyrkes grøntsager, korn, produceres mælk m.v. Den eneste produktion som gik igen på alle turene var økologisk svineproduktion.

Medarbejderne på storkøkkenerne er bevidste om, at kødet har stor betydning, hvis det skal lykkes at opfylde regeringens ambition om 60% økologisk mad i offentlige køkkener i år 2020. Derfor var spørge- og diskussionslysten stor, da landmænd mødte køkkenfolk og grossister – men der blev også tid til at glæde sig over de små grise.



ØKOLOGI



LANDSDÆKKENDE KAMPAGNER FOR ØKOLOGISK KØD

Både økologisk svine- og oksekød fik i det forløbne år ekstra fokus gennem kampagner organiseret af Økologisk Landsforening. I sommer gennemførtes kampagnen "Gris under åben himmel", som gennem annoncer i dagblade, magasiner og på offentlige steder satte fokus på, at økologiske grise har et godt liv. Samtidig blev kunder i Føtex, Irma og Kvickly tilbudt smagsprøver på økologiske koteletter.

I efteråret 2013 blev kampagnen fulgt op af en tilsvarende kampagne for økologisk oksekød, som også lagde vægt på dyrenes velfærd herunder, at kørerne går på græs i sommerhalvåret.

Friland bakkede begge kampagner op – blandt andet med special-etiketter på kødpakkerne med henholdsvis svinekød og oksekød.



FRILANDS LEVERANDØRER ÅBNEDE STALDDØRENE

Som tidligere år har en række af Frilands leverandører åbnet gårdene for publikum for at give dem mulighed for at se, hvordan økologiske landbrug fungerer i praksis.

Sofari blev på tredje år holdt sidste søndag i maj. De seks værter – fordelt på Jylland, Fyn og Sjælland – var heldigvis igen begunstiget af godt vejr, og såvel her – som under de Økologiske Høstmarkeder og Åbent Landbrug i september – bakkede Friland op med informationsmaterialer og tilskud til smagsprøver på økologisk kød. Ved Økodag i april deltog også Frilandsslagteren og solgte økologisk kød til nogle af de omkring 5000 gæster, som besøgte gården Lundholm i Nordsjælland.

COOP MÆRKER KØDET MED DYREVELFÆRD

Gennem længere tid har Coop solgt noget af det økologiske kød i kædernes eget miljømærke Ånglamark, men i 2013 valgte de, at alt økologisk kød nu skal sælges under dette mærke. Samtidig indgik Coop en aftale med Friland om, at det økologiske svinekød for fremtiden mærkes med, at det er Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse, hvilket Friland gennem sine koncepter kan garantere.

For at øge slagternes kendskab til økologi og dyrevelfærd indbød Friland og Dyrenes Beskyttelse i eftersommeren til en informationsdag for 15 slagtere fra Kvickly-kæden. Slagterne besøgte blandt andet svineproducenten Risbjerg og oksekødsproducenten Finn Thorslund på Fyn.



ØKOLOGI



STORKØKKENER LÆRER OM OMLÆGNING TIL ØKOLOGI

Regeringen har sat som mål, at de offentlige køkkener skal bruge 60% økologiske råvarer i deres madlavning inden 2020. Derfor er både køkkener og grossister i gang med lære mere om økologiske varer.

Friland er med i udviklingen og har siden foråret deltaget i en række arrangementer for kunder og medarbejdere hos catering-grossisterne AB Catering, Hørkram samt Cater Engros. Sidstnævnte har endda i flere tilfælde haft medarbejdere og kunder på bedriftsbesøg hos leverandører til Friland. Tilsvarende har AB Catering gennemført en to-dages kunde-event i Roskilde med fokus på økologi.

Også Københavns Madhus, som producerer 3800 daglige måltider, har for sine medarbejdere gennemført undervisning, som Friland var en del af. I februar deltog Friland desuden – i samarbejde med Danish Crowns afdeling for foodservice – i messen Copenhagen Food Fair, som netop har fokus på storkøkkenerne. Her viste blandt andet daværende handelsminister Pia Olsen Dyhr stor interesse for Frilands stand.



BEDRE SALG AF UNGE KØER

Det øgede sortiment af økologisk kød i supermarkederne har betydet, at der er kommet øget efterspørgsel efter de gode udskæringer fra de økologiske køer. Nogle supermarkeder fører bøffer som en fast del af sortimentet, og kødet stammer i høj grad fra unge køer med tilstrækkelig fedtmarmering og form, som Friland håndplukker til formålet.

Salget af oksefilet har åbnet døren for en generelt højere udnyttelse af køernes bagender – i slagtersprog kaldet "pistolen" – idet der herfra også sælges andre udskæringer, blandt andet gullaschterninger til supermarkederne og entrecôte, som også restauranter og slagtere efterspørger.



FRILANDSGRIS

Efter et år med en rigtig god vækst i salget af Frilandsgris som følge af stigende eksport til Australien, har vi nu afsluttet et år, hvor omsætningen er faldet med 10%. Dermed omsatte Frilandsgrisen for 116,2 mio. kr. i regnskabsåret.

Det er primært eksporten til Australien, som er faldet. Dog blev over halvdelen af omsætningen fortsat hentet fra det australske marked.

I et par år har der været konstant stigende afsætning til Australien og faldende afsætning i Danmark, men i starten af 2013 meldte vores store australske kunde ud, at de ønskede en længere pause i leverancerne. Usikkerheden omkring fremtiden for afsætning til Australien betød, at der var risiko forbundet med fortsat at fryse kød ind. Desuden betød de stigende frostlagre en manglende indtjening for Frilandsgrisen. Efter at have været en tur

i Australien for at møde kunden, blev der dog igen tryghed omkring afsætningen af lagrene og for den fremtidige samhandel med kunden.

Eksporten endte med et fald på 16% i forhold til det foregående regnskabsår.

Omsætningen på det danske marked er på næsten samme niveau som året inden.

Det danske marked har haft en omsætning på næsten samme niveau som året inden, dog med et lille omsætningsfald på 3%. Den reducere der har været i antallet af SuperBest-butikker tidligere på året, har på trods af færre butikker skabt en stabilisering af salget, som ellers gennem flere år har været stærkt nedadgående. Kæden har sat stor fokus på markedsføring af Frilandsgrisen, og der har været et rigtig godt samarbejde omkring øget synlighed af Frilandsgrisen i butikkerne.

Salget til private slagtere er mere end fordoblet i det afsluttede regnskabsår.

Det skyldes især, at slagtersamarbejdet Gourmetslagterne har taget Frilandsgrisen til sig som deres Gourmetgris og markedsført den i deres butikker. I slutningen af regnskabsåret har slagtergruppen ydermere haft succes med en kampagne for Gourmetgrise fra skoven.

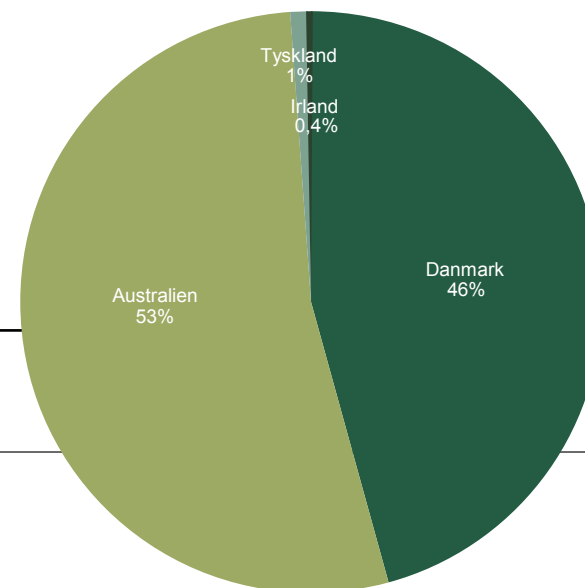
Slagtingerne af Frilandsgris blev i det afsluttede regnskabsår på 103.600 grise. Det er en smule lavere end sidste år, hvor der blev slagtet 600 flere grise. Opbremsningen i væksten af slagtinger har været belejlig i lyset af den turbulente afsætningsituation. Set i et længere perspektiv vil det dog blive nødvendigt med nye leverandører, således at Frilands vækst mål kan nås.

Efter et år med rekordhøjt tillæg til Frilandsgris-leverandørerne, er vi i år blevet slået lidt tilbage som følge af turbulensen på markedet. Der er i gennemsnit blevet udbetalt 3,71 kr./kg til godkendte Frilandsgrise, hvilket er 65 øre

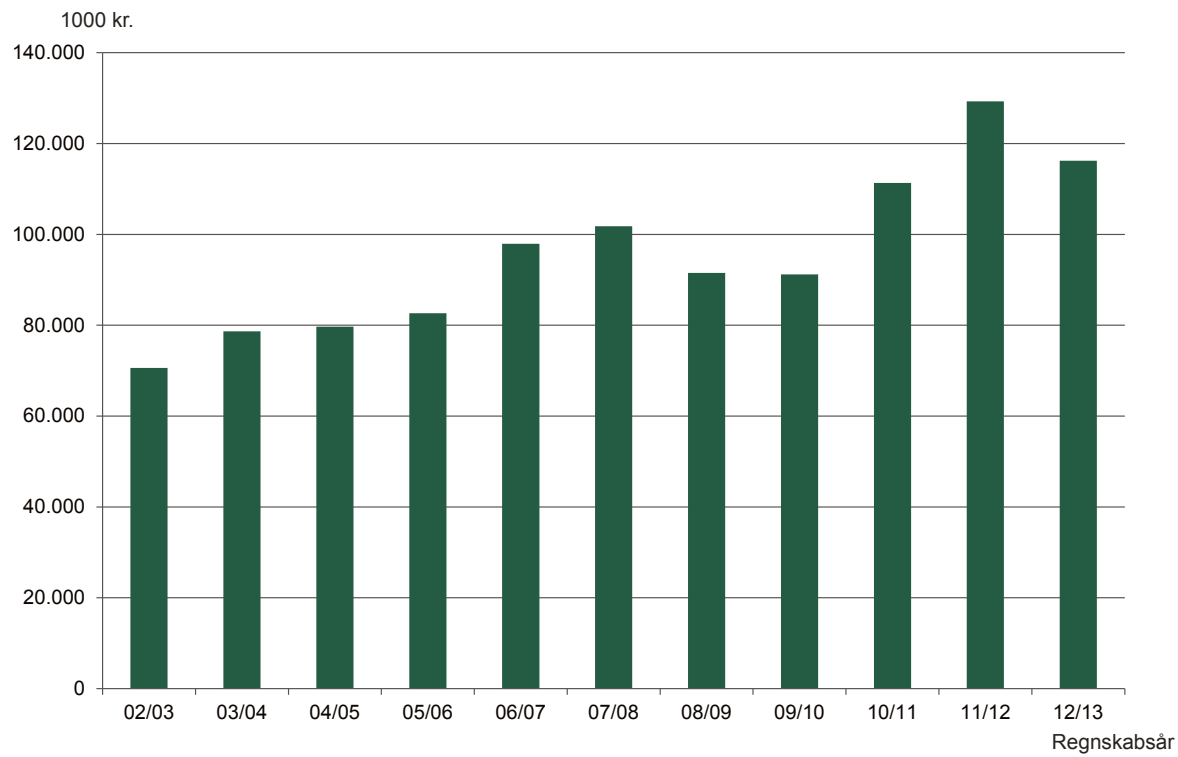
mindre end sidste år. I gennemsnit er der udbetalt 2,83 kr./kg til alle leverede Frilandsgrise – et fald på 51 øre i forhold til sidste år. Det lavere tillæg opvejes dog af en konventionel afregning, som i gennemsnit var 66 øre højere end året før.

Opbremsningen i væksten af slagtinger har været belejlig i lyset af den turbulente afsætningsituation.

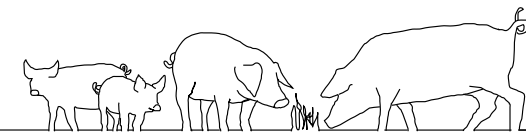
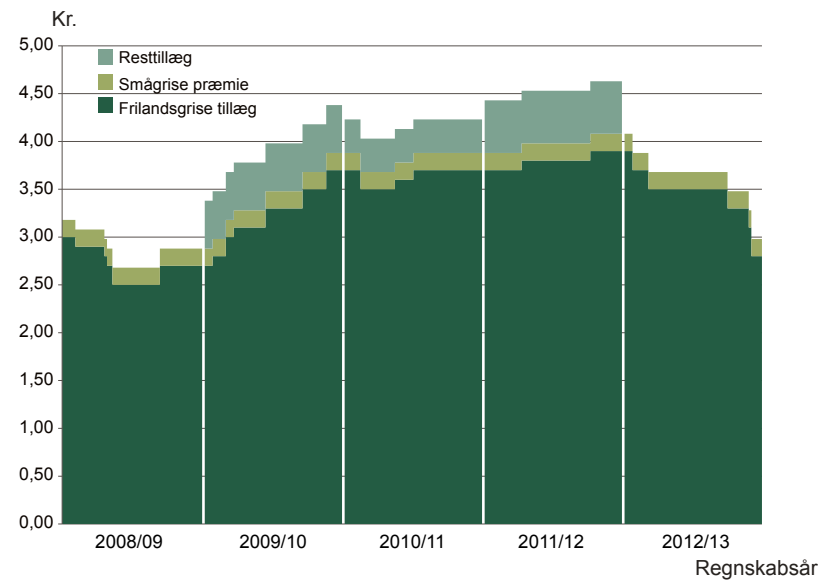
SALG AF FRILANDSGRIS
FORDELT PÅ MARKEDER



OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILANDSGRIS



UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILANDSGRIS



FRILANDSGRIS

FRILANDSGRISENE FIK SLAGTERBESØG

En gruppe SuperBest-slagtere kom sidste efterår tættere på Frilandsgrisene, end de før havde været. 18 slagtere besøgte Frilandsgrisleverandørerne Peter Bruun og Lene Conradsen, som gav dem en indføring i konceptet, inden de med traktor og vogn blev kørt rundt på gården.

Turen fulgte Frilandsgrisens liv fra den lille pattegris på marken og videre til slagtesvinestaldene, hvor rundturen sluttede ved de slagteklare grise. For mange af slagterne var det første gang, de besøgte en Frilands-produktion. De benyttede flittigt muligheden for at stille spørgsmål til såvel gårdens ejere som Frilands medarbejdere, som fulgte dem rundt på gården.

Nogle af slagternes butikker er senere omdannet til EuroSpar, men her kan de stadig bruge deres indtryk og nye viden om Frilandsgrisen til at informere kunderne, idet EuroSpar også forhandler Frilandsgris.



DYREVELFÆRD ER ET SALGS-ARGUMENT I SUPERBEST

SuperBest har i det forløbne år – i endnu højere grad end tidligere – givet grisenes velfærd opmærksomhed, og mange butikker er dekoreret med skilte eller brochurer, som viser Frilandsgrisene på marken eller i stalden og fortæller om deres liv.

Mange uger gennem året har Frilandsgrisen været en vigtig del af kædens tilbudsaviser – ofte ledsaget af opskrifter fra Friland og beskrivelser af, hvordan produktionen af Frilandgrise foregår.

FRILANDSGRIS PÅ SKRABELODDER

Interessen for Frilandsgris var stor, da SuperBest i marts etablerede en konkurrence, hvor kunderne skulle svare på spørgsmål om, hvordan Frilandsgrisene har det. Svarene skulle gives på SuperBest' hjemmeside og intet mindre end 3800 forbrugere svarede rigtigt på de stillede spørgsmål og deltog dermed i lodtrækningen om 8 halve Frilandsgrise.

Kampagnen løb dog ikke kun på nettet. Medarbejdere i Friland t-shirts uddelte i alle butikker smagsprøver, og købere af Frilandsgris fik skrabelodder, hvor gevinsten var hakket Frilandsgris sponsoreret af Friland. De som ikke var heldige at vinde kød, fik som trøstpræmie nøgleringe, prydet med logoerne for Friland og Dyrenes Beskyttelse.

De mange aktiviteter vakte ikke kun stor opmærksomhed, men skabte også stor aktivitet i Frilands salgsafdeling både under og efter kampagnen.



FRILANDSGRIS



GRISEHALER I FOKUS I KAMPAGNE FRA DYRENES BESKYTTELSE

I efteråret 2012 satte Dyrenes Beskyttelse meget stor opmærksomhed på svineproduktionen gennem kampagnen "Den Store Forskel", som kørte med blandt andet tv-reklamer, Facebook, internet-reklamer og postkort (Go-Card) på caféer, hvor forbrugerne blev anbefalet at købe kød fra produktion, som tager hensyn til dyrenes velfærd.

Kampagnen omfattede både kvæg og svin, men vakte særlig opmærksomhed ved at sætte fokus på halekupering, som blev brugt som eksempel på en markant forskel mellem konventionel svineproduktion og grise født på friland. Ét af kampagnens elementer var en tilbuds-mail, som forbrugerne kunne tilmelde sig og dermed blive orienteret om, hvornår der var gode tilbud på Frilandsgris eller andre af Frilands produkter, som tager hensyn til dyrenes velfærd.



GOURMETGRISENE TOG PÅ SKOVTUR

Ti af landets private slagtere samarbejder under den fælles betegnelse Gourmetslagterne, som udveksler erfaringer om at udvikle deres forretninger og i nogle tilfælde også har fælles produkter. Én af dem er Gourmetgrisen, som er produceret under Frilandsgris-konceptet, men markedsføres som et fælles produkt for de ti kvalitetsslagtere.

I år udvidede Gourmetslagterne yderligere sortimentet efter, at 90 Gourmetgrise var blevet sendt ud for at leve i skoven hos Karsten Olesen ved Ejstrupholm. I maj fik grisene besøg af slagterne, som blev meget begejstrede for de forhold, som grisene levede under. Allerede i efteråret kom yderligere 90 Gourmetgrise ud i skoven, og projektet har generelt øget Gourmetslagternes interesse for Frilandsgris-konceptet.

I forbindelse med besøget hos grisene fik hver slagter optaget en lille film, hvor slagteren også selv fortæller om vigtigheden af, at grisene har det godt. Filmen vises i butikkerne på en skærm, så kunderne med levende billeder kan se grisene og slagterens besøg hos dem.



KØDKVÆG/LIMOUSINE

For Friland Kødkvæg har det været et år med en stor vækst i omsætningen. Salget er steget med næsten 24%. SuperBest-kædens nye reducerede kædestruktur med 91 SuperBest butikker har været positivt for Friland Kødkvægskonceptet.

Kampagner og omtale i SuperBests tilbudsavis har betydet et væsentligt større salg til de butikker, som er

tilbage i kæden. Det er særdeles positivt og betyder, at konceptet i det afsluttede regnskabsår har haft en langt bedre udvikling, end det er set tidligere.

For Friland Limousine har året været lidt vanskeligere. Der har været en nedgang i omsætningen på ca. 14%. Det er især salget af delstykker, som er faldet, mens salget af detailpakkede produkter har holdt omsætningsniveauet fra foregående år.

Positivt er det dog, at salget til private slagtere er vokset med 50%.

Det øgede salg af Friland Kødkvæg har betydet, at vi i løbet af året har haft brug for flere dyr. Det er lykkedes at få slagtet 1.775 kødkvægdyr, der kunne godkendes til Friland Kødkvægskonceptet – en vækst på 15% i forhold til året inden.

Salget af Friland Kødkvæg er steget med næsten 24%

Tillægget for Friland Kødkvæg er også blevet påvirket af den forbedrede afsætnings-

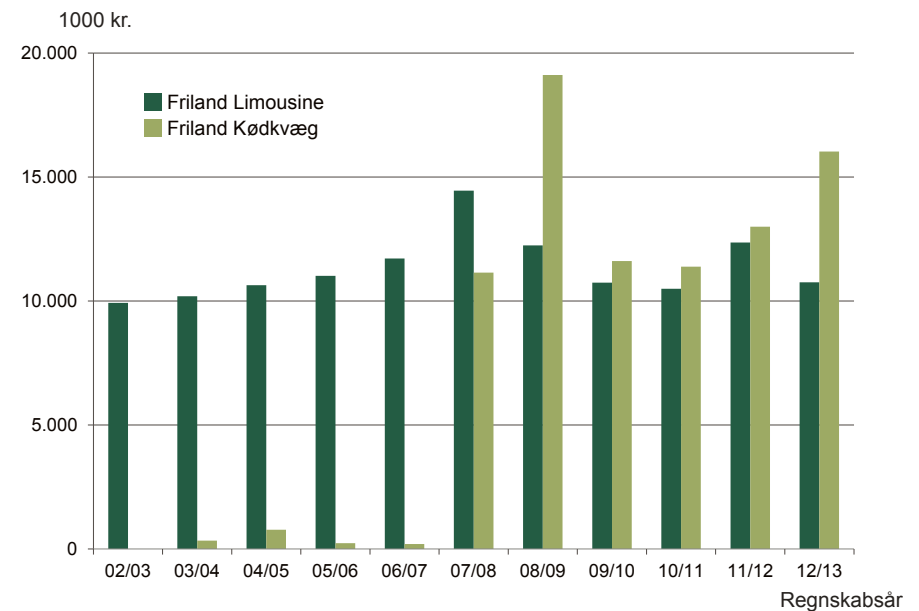
situation, og tillægget er hævet fra den ene krone, som blev givet gennem hele sidste år til et gennemsnit på 1,43 kr./kg i år. Desuden er der igen indført kontrakter på dyr til Friland Kødkvæg, således at leverandører, der ved, hvornår de kan levere dyr til konceptet, kan få et højere tillæg for disse dyr. Endelig har behovet for flere dyr medført, at det igen er blevet muligt at give tillæg for krydsninger af kødkvæg.

Slagtningerne af Friland Limousine er reduceret med 13% til 948 dyr. Det udbetalte tillæg har i gennemsnit været 16 øre

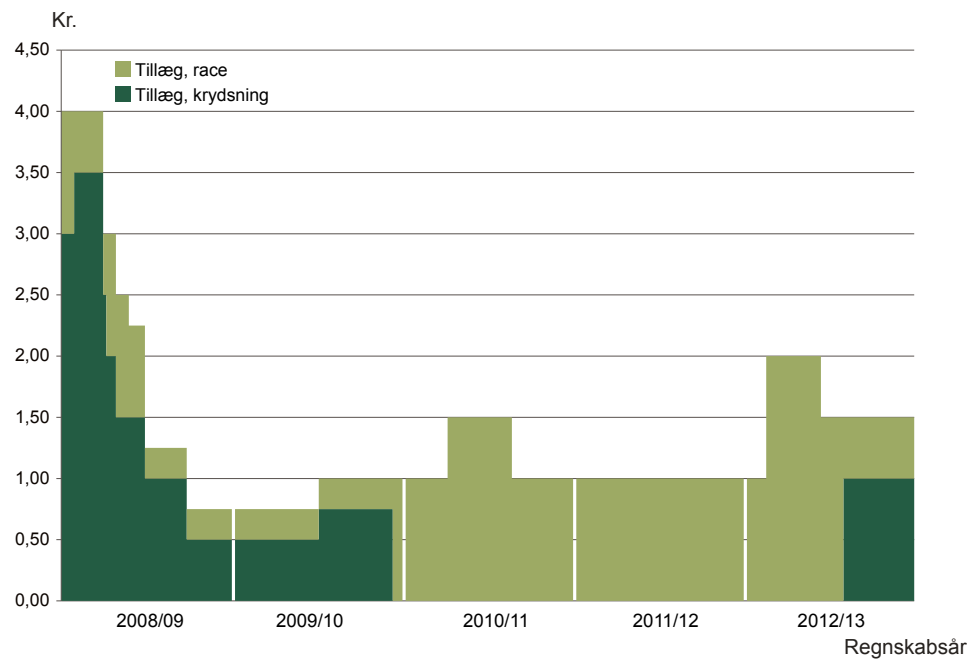
mindre end sidste år. Efter et resttillæg på 1,05 kr./kg endte tillægget på 3,85 kr./kg for godkendte kalve. Dog har der igen været en højere basisafregning fra Danish

Crown på gennemsnitligt 1,26 kr./kg, som betyder, at der – totalt set – har været en forbedret afregning for kalve, som lever op til kravene for Friland Limousine.

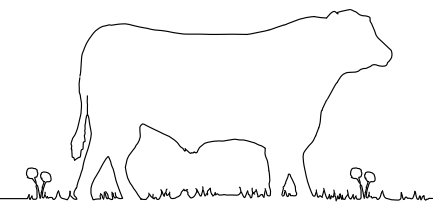
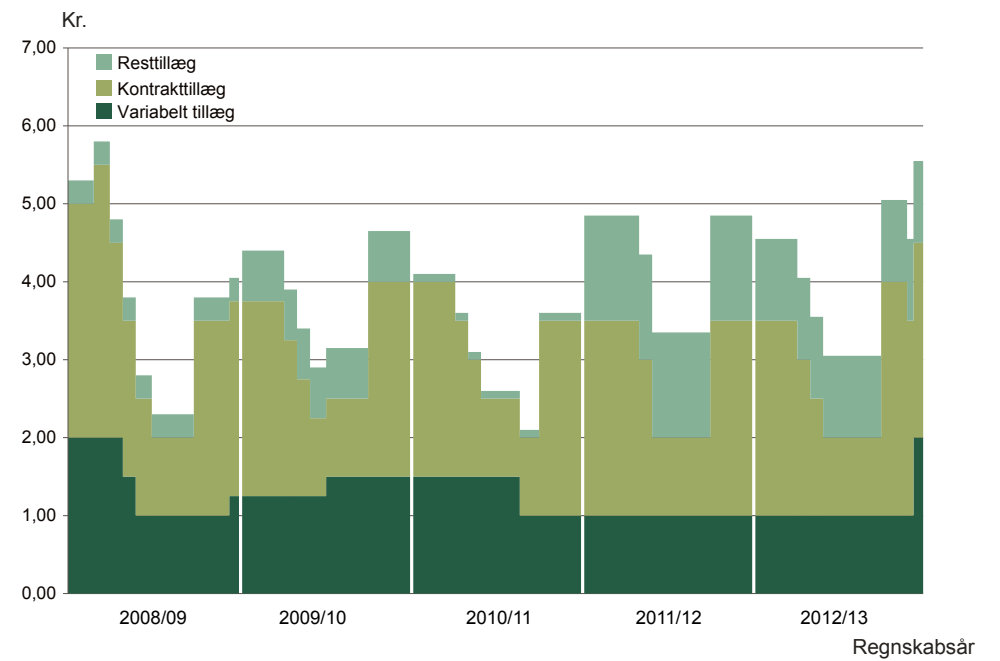
OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILAND LIMOUSINE OG FRILAND KØDKVÆG



UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILAND KØDKVÆG



UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILAND LIMOUSINE



KØDKVÆG/LIMOUSINE

KØDET MODNER PÅ KROG UDE I BUTIKKEN

Det øgede engagement for Friland Kødkvæg i SuperBest har gennem året vist sig på flere måder. I flere butikker viser man nu med endnu større stolthed frem, at man har det gode kød fra Friland Kødkvæg, og en række slagtermestre har anskaffet et modningskab af glas, så kødet kan hænge til modning på kroge ude i selve butikken.

Oksekød bliver lækkert mørt, når det modner på krog, og smagen bliver helt i top. Til gengæld giver krogmodning større svind på grund af fordamningen, og det giver en højere kilo-pris, som en del kunder dog er villige til at betale for at få det ekstra lækre oksekød.

Slagterne køber hele stykker med ben – ofte langrygge som omfatter hele oksefilet'en – som de modner på krog i glasskabet, hvor kunderne kan følge modningens udvikling dag for dag, når de køber ind. Mange slagtere beder specifikt om at få specielle kvægracer som Angus eller Hereford, hvilket Friland så vidt muligt efterkommer. Samtidig forsynes slagterne med tillægsetiketter, som er mærket "Krogmodnet" som opbakning til slagternes initiativ.

Krogmodnet

Håndskåret | Nøje udvalgt



www.friland.dk

MANGEL PÅ DYR I SOMMERHALVÅRET

Det forbedrede salg af Friland Kødkvæg i SuperBest og de mindre leverancer af slagtedyr til Friland Limousine (Unik) har betydet, at begge koncepter i perioder – især i sommerhalvåret – er udsolgt, og det havde endda været muligt at sælge mere kød, hvis der var blevet slagtet flere dyr.

Frilands hovedopgave blev derfor i et vist omfang flyttet fra at øge salget til at søge efter flere slagtedyr. I foråret udvidedes konceptet, så det også blev muligt at levere krydsningsdyr til Friland Kødkvæg. Samtidig indførtes mulighed for at producere på kontrakt efter samme model som Friland Limousine og en række af Frilands øvrige koncepter. Især muligheden for at levere på kontrakt vakte interesse blandt flere leverandører, og flere producenter har også meldt sig som leverandører af kødkvæg.

Friland har også i forskellige medier annonceret efter leverandører til både Friland Kødkvæg og Friland Limousine (Unik). Ved regnskabsårets slutning er der dog stadig periodevis mangel på slagtedyr til de to koncepter.



KØDKVÆG/LIMOUSINE

BUTIKKERNE PRINTER SELV SKILTENE

Når butikker skal bruge skilte eller andet reklamemateriale til butikken, er det meget tit med kort varsel.

Derfor har Friland nu givet SuperBest mulighed for at have pdf-filer af skilte og præsentationer om Friland Kødkvæg liggende på kædens intranet, så butikkerne selv kan hente skilte lige til at printe ud og bruge med det samme. På samme måde kan de også hente små præsentationer om Friland Kødkvæg, som kan bruges på skærme, som står i butikken.

LIMOUSINE-FOLKET HOLDT MØDE I FRILANDSGÅRDEN

Afsætningselskabet Limousine Unik holdt i år sin generalforsamling på Frilandsgården i Randers Regnskov, og det skabte ekstra interesse for at deltage i mødet. 40 producenter mødte frem til mødet, hvor der naturligvis også blev serveret kalvekød af Limousine.

Frilandsgården er bygget med støtte af Friland, og i Danmarksparken ved gården holdes Limousinekvæg og Frilandgrise, som benyttes i formidlingen af, hvordan moderne landbrug med høj dyrevelfærd fungerer.

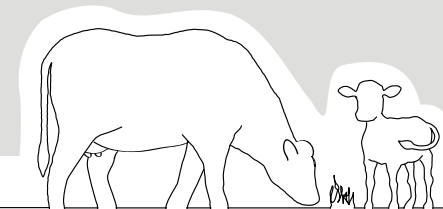


SUPERBEST PROFILERER SIG PÅ KØDKVÆGET

I 2013 kom der for alvor gang i salget af Friland Kødkvæg i SuperBest. Allerede sidste efterår satsede kæden stort på at markedsføre sig med kødkvalitet gennem den husstands-omdelte avis "God Smag og Høj Dyrevelfærd", og gennem 2013 har SuperBest med få ugers mellemrum givet Friland Kødkvæg meget synlig opmærksomhed i kædens tilbudsaviser.

Den øgede opmærksomhed fra kædens side har også markant øget de enkelte butikkers engagement og stolthed over at have kødet i butikkerne. Friland Kødkvæg er nu en del af det faste sortiment i de fleste butikker, hvilket ofte markeres tydeligt med skilte og reklame. Mange slagtere er begejstrede for muligheden for at kunne bestille en specifik kvægrace fra en konkret landmand.

Butikkerne bruger ofte Friland Kødkvæg til at fremhæve deres fokus på madkvalitet for at skabe profil i forhold til blandt andet discount-butikkerne, og mange har holdt gourmetaftener, hvor Friland har deltaget og givet kunderne mulighed for at smage oksekødet tilberedt på en lækker måde – suppleret med et glas vin eller en god kvalitetsøl.



FRILAND J. HANSEN GMBH

Det forløbne regnskabsår har været vanskeligt for Friland J. Hansen. Den stigende efterspørgsel siden 2009 har motiveret mange europæiske landmænd til at producere økologiske grise, og det ledte i starten af 2013 til, at udbuddet oversteg efterspørgslen. Som konsekvens af det øgede udbud, besluttede mange forædlingsvirksomheder at bruge af de frostlagre, som de havde bygget op, mens der var mangel på kød. Det forstærkede yderligere presset på priserne.

Friland J. Hansen har været tilbageholdende med at følge de faldende priser helt ned og har dermed mistet omkring 15% af de solgte mængder (i modsætning til året før, hvor mængderne øgedes med 90%).

Målt i euro er omsætningen faldet med omkring 25% – til 20,9 millioner euro og

selskabet er kommet ud af året med et overskud på omkring 200.000 euro.

Nedgangen har først og fremmest ramt det kød, som Friland J. Hansen køber ind fra eksterne partnere, mens man i videst muligt omfang har søgt at mildne konsekvenserne for selskabets kontraktproducenter og faste samarbejdspartnere.

I modsætning til svinekødet har salget af oksekød udviklet sig positivt.

Salget af oksekød er steget med 133% til 4.471.884 euro. Størstedelen af salget går til Tyskland, men også Holland har udviklet sig til et godt marked for økologisk oksekød til forarbejdning.

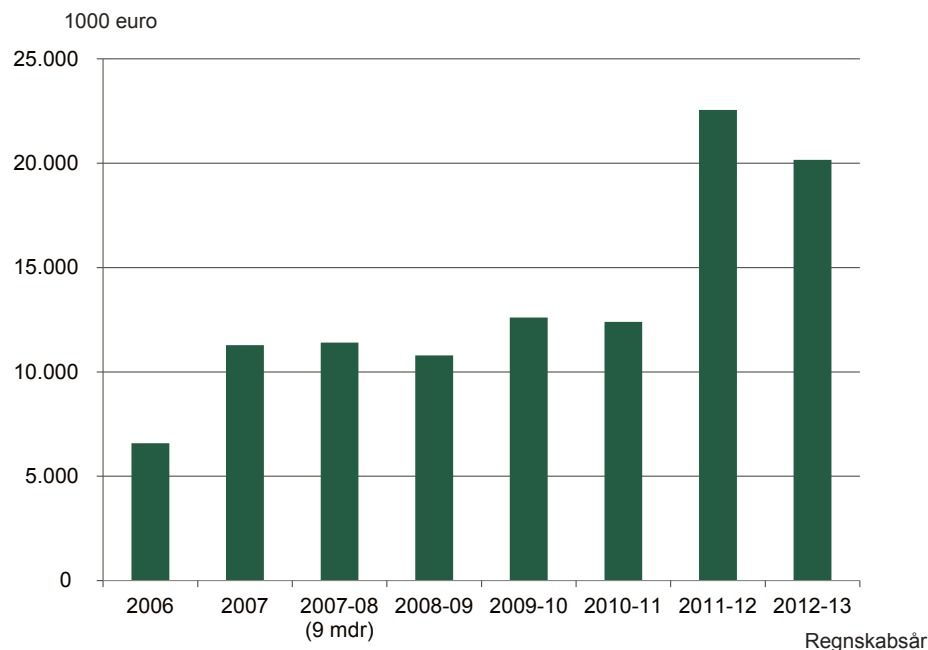
For svinekød er Frankrig og Tyskland langt de største markeder, men de øvrige markeder har alligevel betydning for at følge en strategi om at sikre en bred vifte af kunder. Således er Italien et stabilt

marked for frosne skinker, og Østrig er det største marked for salg af biprodukter.

Der arbejdes fortsat på at udvikle såvel disse som andre markeder, og selskabet

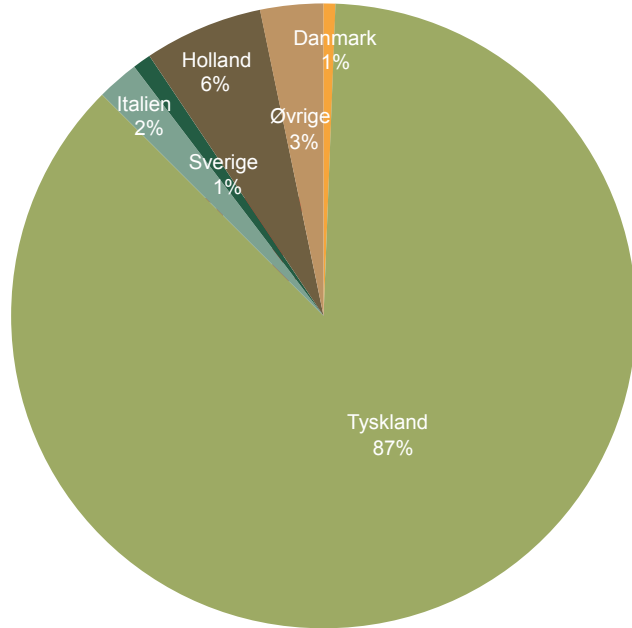
fornemmer, at der ovenpå et år med tilbagegang nu atter ser ud til at åbne sig muligheder i markedet.

UDVIKLING I OMSÆTNING FOR FRILAND J. HANSEN



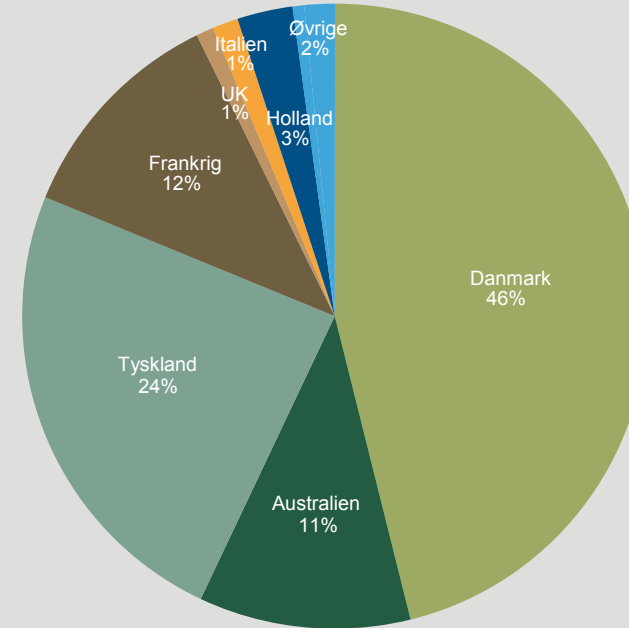
MARKEDER FOR FRILAND

FRILAND J. HANSENS OMSÆTNING FORDELT PÅ MARKEDER



Den relative fordeling af Friland J. Hansens salg er nogenlunde uændret i forhold til sidste år. Dog er Hollands betydning stigende. Salget hertil er steget fra 4% til 6% af den samlede omsætning.

FRILANDS OMSÆTNING FORDELT PÅ MARKEDER INKL. FRILAND J. HANSEN



Der har været en god vækst på hjemmemarkedet, som har øget sin andel af den samlede omsætning med 8 procentpoint til nu 46%. Eksportmarkederne – især Tyskland og Australien – er blevet svækket.

Frankrig har genindtaget pladsen som det tredjevigtigste marked for Friland som helhed.



EKSPORT



DEN LANGE VEJ TIL RIGET I MIDTEN

Vejen til det store kinesiske marked er lang, og Friland har igen i år taget endnu nogle skridt mod øst – i håbet om i fremtiden at åbne for eksport til Kina.

Allerede sidste år påbegyndte salg af økologisk kød til supermarkedskæden City Super i Hong Kong, som er let tilgængelig for importhandel. Anderledes vanskeligt er det at levere fødevarer til det kinesiske fastland, hvortil det endnu ikke er lykkedes én eneste udenlandsk virksomhed at levere økologisk svinekød. Friland er imidlertid fast besluttet på at blive den første.

I september i år var kontorchef Randi Kok og projektleder Henriette Guldager fra Friland i Kina, hvor de forhandlede med de kinesiske kontrolorganer. Samtidig underskrev Randi Kok en aftale med den økologiske abonnementsordning Organic and Beyond Cooperation om levering af økologisk svinekød. Aftalen er dog betinget af, at Frilands produkter opnår den krævede økologiske certificering.

EN EKSPORT-KOLBØTTE SER UD TIL AT ENDE PÅ BENENE

Markedet for Frilandsgris i Australien gav i år anledning til noget mere spænding end ønsket. Ved indgangen til året var eksporten stor – og australiernes forventninger om stadig større leverancer sikrede en høj udnyttelse af de tilgængelige dyr.

Salget i de australske butikker gik godt, og den største kunde havde udsigt til salgsaftaler med endnu flere butikker. Derfor opbyggede kunden et lager af Frilandsgris for at kunne imødekomme de fremtidige bestillinger. Mod forventning kom aftalerne imidlertid ikke i hus. Derfor stoppede importen af Frilandsgris i marts. I stedet forsynedes de faste kunder med kød fra lageret i Australien.

Selv om salget i butikkerne fortsat gik fint, gav de manglende australske bestillinger naturligt anledning til bekymring i Danmark, hvor lageret af Frilandsgris steg hen over foråret og sommeren. I juni blev der indgået en aftale om genoptagelse af leverancerne – og denne aftale er i efteråret blevet bekræftet, samt suppleret med en aftale omkring det opbyggede lager.

Friland gik dermed ind i det nye regnskabsår med tro på en fortsat eksport til Australien, men med mere moderate forventninger til væksten.

EKSPORT

EKSPORT SIKRER HØJ UDNYTTELSE

Allerede sidste år begyndte Friland J. Hansen løbende salg af dansk økologisk oksekød til den tyske forarbejdningsindustri, og denne eksport er fortsat gennem hele det forløbne år. Eksporten består af økologiske køer, som der ikke er afsætning for på det danske marked, og den har derfor bidraget til, at Friland i det forløbne år har haft den højeste udnyttelse af de økologiske køer nogensinde. I perioder af året har køerne endda været udnyttet fuldt ud.

Fordelen for Friland er, at det tyske marked indtil videre har kunnet modtage alle de køer, som der ikke er afsætning for i Danmark. Til gengæld svinger prisen efter udbuddet af økologisk forarbejdningskød i Tyskland, og eksporten giver derfor ikke samme indtjening, som hvis kødet havde været solgt til de faste samarbejdspartnere på hjemmemarkedet.

Oksekødet til Tyskland sælges ugentligt som halve slagtekroppe. Leveringernes omfang ændrer sig uge for uge afhængig af den mængde slagtedy, Friland har til rådighed.



FRILAND J. HANSEN PÅ VEJ IND I STORKØKKENERNE

I det forløbne år har Friland J. Hansen forberedt sig på at gå ind på markedet for foodservice. Virksomheden har gennemført undersøgelser af markedet for at vurdere mulighederne samt de betingelser, som skal opfyldes for at kunne levere til den særlige kundegruppe.

Friland J. Hansen har også udviklet et produktsortiment og er ved at lægge sidste hånd på et produktkatalog til den tyske storkøkkensektor. Kataloget omfatter både økologisk oksekød og svinekød og omfatter både frost- og kølevarer. Friland J. Hansen vil tilbyde at levere til grossister og større køkkener i hele Tyskland. De første følere overfor kunder skete allerede under den økologiske messe Biofach i Nürnberg i februar, men det var først under den store fødevareremese Anuga i starten af oktober i år, at produkterne for første gang blev præsenteret for en bredere kreds af kunder.



FRILAND PÅ MESSE

Eksportkunderne er vigtige for at afsætte den øgede tilgang af økologisk svinekød. Derfor har Friland i år været på flere udenlandske messer end tidligere år. Som altid deltog Friland J. Hansen på Biofach, men i år var Friland også repræsenteret på den største engelske øko-messe Natural and Organic Products Europe i London samt på kødmessen MeatUp i Birmingham.

I Italien var Friland sammen med Ess-Food repræsenteret på Tutto Food i Italien, og var i Amsterdam med på PLMA – en messe for produkter som sælges i "Private Label" – det vil sige i butikskædernes egne varemærker. Umiddelbart efter overgangen til det nye regnskabsår – i oktober 2013 – deltog Friland og Friland J. Hansen desuden på verdens største fødevareremese Anuga i Köln, som gav mange gode kontakter med potentiale for handel indenfor såvel kød til forædling som til foodservice.



UDVIKLINGSCENTRET FOR HUSDYR PÅ FRILAND

VELFÆRD HOS PILEGRISE – OGSÅ OM VINTEREN

Udviklingscentret benyttede vintermånederne i starten af 2013 til, med støtte fra Fonden for Økologisk Landbrug, at videreføre arbejdet fra 2012 med at dokumentere grises velfærd i farefolde med pil – også i den kolde årstid.

To økologiske svinebesætninger med energipil i farefoldene har lagt søer og pattegrise til undersøgelsen, hvor Udviklingscentret har registreret dyrenes brug af pilebeplantningen. Resultaterne fra sommermånederne viste, at både søer og pattegrise efter de første leveuger trives rigtig godt med adgang til pil. De bruger meget tid på at rode og græsse under piletræerne, og vælger i stigende grad pile-beplantningen frem for hytten til hvile og diegivning.

Registreringerne fra vinterperioden er endnu ikke gjort op. De foreløbige tal tyder dog på, at både so og grise foretrækker den varme hytte som soveplads, når frosten bider udenfor, mens en sneklædt pileskov ikke synes at være helt så tillokkende, som når der er blade på træerne.

FAGLIGE DAGE FOR BÅDE FORSKERE OG LANDMÆND

I juni gennemførte Udviklingscentret et to-dages møde på Hovborg Kro om forskning og udvikling indenfor økologisk svineproduktion. Arrangementet indledtes med en engelsksproget workshop med deltagelse af 37 forskere fra seks lande. Her blev præsenteret forskningsresultater omkring emnerne hangrise, slagtesvin på friland, grovfoder, miljø, parasitter og dyrevelfærd.

Den følgende dag fulgtes op med en temadag på dansk, hvor producenter, konsulenter og andre interesserede – ud fra en mere praktisk indgangsvinkel – kunne få indblik i de resultater forskerne har nået på de forskellige områder. Samtidig var der mulighed for at diskutere nogle af problemstillingerne ud fra egne og andres erfaringer.

Temadagen omfattede også et bedriftsbesøg hos Nicolaj Pedersen, som er vært for flere projekter. Blandt andet deltager han i Videncenter for Svineproduktions projekt for udvikling af en ny farehytte og Udviklingscentrets projekt MER FRIGRIS om pattegrise-overlevelse.



SMAG PÅ LANDSKABET

Siden sin oprettelse har Udviklingscentret (UHF) stort set kun arbejdet med svin. Centret har dog hele tiden haft som mål også at arbejde med andre dyr, og i 2013 blev UHF partner i et større projekt om kvæg.

Projektet "Smag på Landskabet" støttes af blandt andet Region Midtjylland og skal undersøge mulighederne for at kombinere naturpleje med produktion af oksekød ved hjælp af kødkvæg, stude eller kvier.

Videncenteret for Landbrug Kvæg er sammen med AgroTech i Skejby hovedansvarlig for projektet, som endnu er i en tidlig fase, hvor rammerne er under udarbejdelse.

UDVIKLINGSCENTRET FOR HUSDYR PÅ FRILAND



STORHYTTE TIL FIRE SØER

Arbejdet med udvikling af en storhytte til søer fortsætter, og version 2 er kommet på marken hos frilandsproducent Torben Langer ved Holstebro. Det er en markant anderledes udgave af 4-sohytten i forhold til den tidligere version.

Manden bag det nye design er industridesigner Kent Lauersen, men det er fortsat P. Hald Maskinfabrik, som står for opbygningen af hytterne.

Forskellen fra version 1 til 2 er til dels materialevalget, som nu overvejes at bestå af isolerende og selvbærende plastelementer, men også indretningen af stierne er ændret. Det er en behagelig oplevelse at komme ind i hytten, da den er meget lys, hvilket gør det let og hurtigt at overskue de 4 stier. I version 2 er fokus på pattedriseoverlevelse intensiveret, og der er blandt andet udviklet på udformningen og placeringen af friholderbøjlerne i hytten.

Første udgave af version 3 er på trapperne. Den udvikles specielt til økologiske producenter og opstilles til afprøvning på Risbjerg Landbrug, Fyn. Smågrisehulen er større i den økologiske version af hytten – på grund af den højere fravænningsalder.



MILJØSIKKER PRODUKTION AF UNGSVIN PÅ FRILAND

Over to år gennemfører Udviklingscentret forsøg, som skal finde en rentabel drift af at holde ungsvin på friland hele året. Dyrevelfærd, sundhed, arbejdsmiljø og produktivitet er i fokus – uden at miljøet må overbelastes af nedsivende næringsstoffer.

Der er lagt mange kræfter i at finde den helt rigtige hegnstype, og det har vist sig at være en stor opgave at finde hensigtsmæssige metoder til at holde de nysgerrige og livlige ungsvin på den rigtige side af hegnet. Projektets værter, Risbjerg Landbrug på Fyn og Flemming Madsen ved Sørvad, har forskellige foderprincipper, hvilket giver mulighed for også at arbejde med både restriktiv- og ad libitum fodring. Til projektet er udviklet et foderskjul, som giver grisene ly for vejrliget.

Der indsamles data om grisenes trivsel samt ressourceforbruget i de to besætninger. Planteavlskonsulent Carsten Markussen fra Økologisk Landsforening deltager i projektet med udarbejdelse af efterafgrødeplaner, afgræsningspraksis og registrering af foldenes tilstand. Målet er en robust sædskiftepraksis med det formål at holde næringsstofferne tilgængelige for afgrøderne.

Arbejdet med at finde en rentabel måde at holde ungsvin på friland i halvdelen af deres liv fortsætter til udgangen af 2014.





Friland A/S
Marsvej 43 • 8960 Randers
Tlf.: 8919 2760

frilandinfo@friland.dk
www.friland.dk

