

Krógen



Tema: Når arbejdspladsen går i arv

s. 12-19

Simpel tabletløsning gør en forskel i millionklassen

Tabletløsningen kontrollerer udbyttet fra slagterbotter og kvaliteten i skærestuerne.

s. 26-27



Kæmpe klima- kampagne er blevet lanceret

Danskerne skal have at vide, at gris fra Danish Crowns landmænd er blandt det mest klimavenlige kød.

s. 24-25

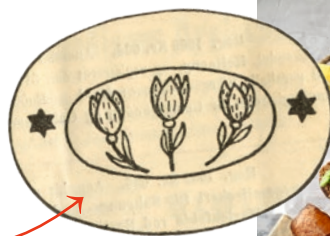


Indhold

Tulipanerne blev tegnet på et køkkenbord

I 1909 blev Tulip-logoet tegnet på et køkkenbord. I dag bærer logoet en helt særlig fortælling for familien af Hans Meinertz, der netop har tegnet logoet.

4-5



Danish Crown Foods lancerer plantebaseret bacon

Tulip Veggie Bacon er Danish Crown Foods' svar på den stigende efterspørgsel på alternativer til kød.

10

Ægtepar har Tulip i blodet

Pernille og Tonni Langkjær har arbejdet sammen i 15 år, og begges forfædre har også arbejdet på fabrikken i Vejle.

18-19



Familien Hundborg har været i Danish Crown i over 100 år

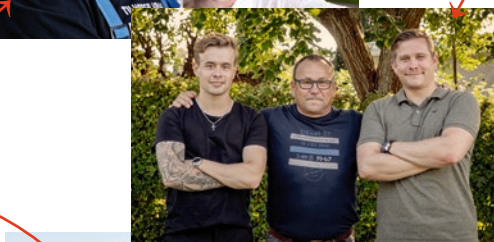
Familien Hundborg kan spores tilbage til starten af 1900-tallet i Danish Crown-regi. I familien anses Danish Crown ikke blot som en arbejdsplads, men derimod som en del af familiens identitet.

12-15

Statsministeren indtog slagteriet i Horsens

Regeringen præsenterede sit forslag om ret til tidlig pension foran den danske presse i Horsens.

22-23



Danish Crown Beef har indhentet slagtingerne

I juni måned oplevede Danish Crown Beef et positivt aftryk på salget af dansk kalvekød efter en vellykket relanceringskampagne i samarbejde med Coop.

21

Simpel tabletløsning gør en forskel i millionklassen

En ny tabletløsning gør kontrol af udbyttet fra slagterobotter og kvaliteten i skærestuerne på griseslagterierne mere effektivt.

26-27



Generationer af familier er et kvalitetsstempel

Vi har brug for ambassadører.

32



Krogen

Krogen er medarbejderblad for Danish Crown, DAT-Schaub og Danish Crown Foods i Danmark. Bladet er offentligt tilgængeligt, bl.a. på Danish Crowns hjemmeside, og artikler og billeder kan bruges i andre sammenhænge i Danish Crowns kommunikation.

Udgiver

Danish Crown
Marsvej 43,
8960 Randers SØ

Redaktion

Daniel W. Pedersen
(redaktør) og Astrid Gade
Nielsen (ansvarshavende)

Redaktionen er afsluttet

Den 28. august 2020

Oplag

3.000 eksemplarer

Koncept og design

Campfire & co

Tryk

Stibo Complete®

Forsidefotos

Stort: Morten Fauerby
Lille: Red Star Photography



TULIP

Tulip får nyt logo

Fra uge 32 kan danske forbrugere møde Tulips produkter i et nyt tidssvarende design og ikke mindst med et helt nyt Tulip-logo.

Tekst: Daniel Winther Pedersen | Foto: Danish Crown Foods

I mere end 100 år har tulipanen kendetegnet Danmarks ældste varemærke; Tulip, der første gang blev registreret som varemærke i 1912. Selvom Tulip-logoet, der allerede blev tegnet i 1909, er blevet ændret flere gange over årene, er tulipanen altid bevaret som et fast element.

Nu bliver Tulips logo igen ændret, og tulipanen er stadig kendetegnet.

Det nye Tulip-logo bliver i første omgang lanceret i Danmark i uge 32 på alle Tulip Pålækker-produkterne. Derefter vil der over tid ske en yderligere udrulning af nyt design på resten af Tulip-produkterne.

Det nye emballagedesign og nye Tulip-logo er resultatet af et stærkt grafisk samarbejde med designbureauet Everland. Sammen er der arbejdet om at ramme det helt rigtige udtryk, som viderefører brandets historiske identitet i en forenklet og mere moderne udgave.

- I forbindelse med samlingen af alle vores Tulip-produkter under det nye forenklede design synes vi også, det var tid til at gøre Tulip-logoet tilsvarende enkelt og mere nutidigt. Kort sagt har vi køgt alle de små detaljer i logoet sammen til én stor detalje, der er en integreret del af logoet – helt enkelt – og stadig genkendeligt, da både skrifttype, den velkendte gule farve og ikke mindst tulipanen er bevaret. At det nye forenklede logo samtidig er nemmere at arbejde med på mange forskellige emballage-formater, er kun et ekstra plus, siger Charlotte Kühn Attrup, der har været

chefdesigner på arbejdet med det nye logo hos Danish Crown Foods.

Mange følelser forbundet med Tulip

Der er mange følelser forbundet med Tulip-logoet, og hver gang kræver det respekt for historien og værdierne at ændre et så velkendt og udbredt logo.

Det er otte år siden, at Tulip-logoet senest blev ændret. Dengang var det 60 år siden sidste ændring, og der er hver gang mange overvejelser og parter, der skal høres.

Per Bregendahl, der er Senior Manager i Global Marketing Support i Danish Crown Foods, glæder sig over, at de mange timers arbejde med at redesigne logoet nu kan vises frem for danskerne.

- Det har været et meget svært projekt at designe det nye Tulip-logo. Det skal kunne noget nyt, men stadig fastholde de gode værdier og det gode kendskab blandt forbrugerne. Det, synes jeg, vi er

lykkes med. Nu begynder vi så udrulningen af det nye logo i Danmark, og så vil det over tid også blive udrullet til det meste af verden, siger Per Bregendahl.

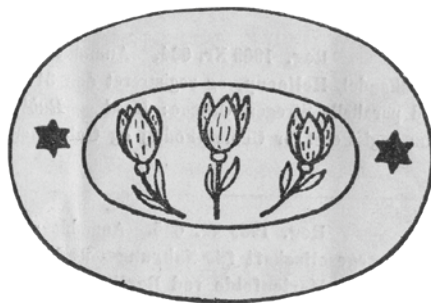
Fremstår bedre i køledisken

Det nye design handler ikke kun om brand og værdier, men lige så meget om ambitioner om øget salg. Det skal det nye logo og det nye udseende gerne bidrage til, fortæller Mette Schacht Færch, der er senior director i Marketing and Innovation i Danish Crown Foods.

- Det nye design sikrer, at produkterne fremstår bedre i køledisken og dermed gør vi det lettere for forbrugerne at finde netop deres Tulip-favoritter. En designtest viste også, at forbrugerne opfatter den nye visuelle identitet som nyskabende og anderledes sammenlignet med eksisterende emballager inden for samme kategori, siger Mette Schacht Færch. ●



I butikkerne kan man fremover møde det nye Tulip-logo, hvor tulipanen fortsat er kendetegnet. Det nye logo udstråler fortsat Tulips brand identitet, men nu i en mere forenklet og moderne udgave.



Tulipanerne blev tegnet på et køkkenbord

Tulip-logoet er et af de mest kendte i Danmark – og blev i sin tid tegnet i 1909 på et køkkenbord i tjenesteboligen til Vejle Svineslagteri af slagteridirektør Hans Meinertz, hvis kones yndlingsblomst netop var rød tulipan.

Tekst: Michael Ravn | Foto: Privat

Tulip har netop fået nyt logo, og som for de fleste brands' vedkommende er det ganske naturligt, at opdateringer og forandringer implementeres i takt med tidens tand. Men når det gælder Danmarks første registrerede varemærke, Tulip, kan forandringer være forbundet med en vis opmærksomhed. Derfor fortælles her historien om, hvordan navneskiftet fra Tulip Food Company til Danish Crown Foods i efteråret 2019 gav anledning til modtagelsen af en helt særlig mail og en helt særlig fortælling fra en helt særlig afsender – nemlig barnebarnet til den mand, der i sin tid tegnede det berømte logo med tulipanerne.

16. september 2019 var en stor dag i Danish Crown-koncernen. Her blev den ambitiøse bæredygtighedstrategi lanceret, og samtidig blev det hidtidige Tulip Food Company omdøbt til Danish Crown Foods. Det gav selvfølgelig en masse opmærksomhed fra medarbejdere, ejere og omverdenen generelt. Således også i Hørsholm i det nordsjællandske, hvor nyheden dog blev modtaget med en vis forfærdelse.

- Jeg har netop på de digitale nyheder læst, at Danish Crown vil ændre såvel navn som logo på Tulip. Det gør mig rigtig ked af det,

for det var nemlig min farfar – tidligere slagteridirektør på Vejle Svineslagteri, Hans Meinertz, der grundlagde Tulip-logoet. Blandt andet kan jeg fortælle, at Tulip-logoet er en rød tulipan, da det var min farmors yndlingsblomst. Logoet blev tegnet på et stykke ganske almindeligt pergamentpapir hjemme på køkkenbordet hos min farmor og farfar og leveret til et reklamebureau i Vejle. Jeg kan nu fortælle mine to voksne døtre og børnebørn, at deres oldefar/tipoldefars livsværk nu ændrer navn og logo – og mister dermed relationen til vores familie. Det bliver trist fremover at købe bacon, lød det i en mail til CEO Kasper Lenbroch fra Mette Fog - født Meinertz.

“

Logoet blev tegnet på et stykke ganske almindeligt pergamentpapir hjemme på køkkenbordet.

”

Mette Fog, barnebarn til tidligere slagteridirektør på Vejle Svineslagteri

En glæde og pligt at købe bacon

Heldigvis kunne Kasper Lenbroch berolige med sit svar, der opklarede misforståelsen hos Tulip-grundlæggerens barnebarn.

- Kære Mette, tusind tak for din henvendelse. Det er rigtig dejligt, at vores brand Tulip skaber så stor affektion hos så mange mennesker – og selvfølgelig især i forbindelse med sådan en henvendelse fra en familie, der virkelig har sat sine store aftryk på vores historie. Jeg kan godt forstå, at nyheden gav et ekstra skvulp i kaffen, men jeg tror nu alligevel godt, at jeg tør berolige jer. Dagens nyhed er, at vi i Tulip Food Company skifter navn til Danish Crown Foods – men der er her "blot" tale om virksomhedens navn, og det er helt essentielt at understrege, at vores elskede brands og varemærker fortsætter i endnu bedre velgående. Blot under et andet navn i virksomhedens "paraply", hvor vi nu læner os mere positivt ind i koncernen Danish Crowns ambitiøse bæredygtigheds-agenda. Varemærket Tulip vil således stadig være vores aller-vigtigste brand – vi kunne ikke drømme om at ændre dette navn, som har været vores primære mærke lige siden dengang, din farfar satte det i søen. Vi lover, at vi vil passe godt på mærket og fortsætte udbredelsen af det både herhjemme og på de

mere end 120 markeder, hvor det i dag er til stede, skrev Kasper Lenbroch, og så var roen genoprettet – og glæden tilbage i det nordsjællandske.

- Hjertelig TAK for en yderst empatisk tilbagemelding og orientering om den rette sammenhæng. Det er dejligt at høre, at Danish Crown Foods bibeholder Tulip – og endda i bedre velgående. TAK fordi du/I passer på Tulip – jeg er nu overbevist om, at det fortsætter i gode hænder. Jeg ønsker al mulig fremgang for Danish Crown Foods og Tulip – nu er det igen både en glæde og pligt at købe bacon! De venligste hilsner fra Mette Fog, blev der skrevet.

Farmors yndlingsblomst

Korrespondancen blev herefter videreført af kommunikationsafdelingen, som så en sjælden mulighed for at blive klogere på det gode, gamle logo med tulipanerne. Med så gammelt et logo og så lang en historie kan det være vanskeligt at fremgrave historiske fakta. Blandt andet går der en del historier om, at både navnet og tulipanen blev opfundet, for at selskabet skulle virke lidt hollandsk – i og med at hollænderne var meget fremme i træskoene i forhold til baconeksport til giga-markedet England. Heldigvis var den gode Mette Fog mere end parat til at fortælle videre om tilblivelsen af det stolte logo med tulipanerne, som siden dengang er blevet udbredt i stort set hele verden.

- Uh, nu bliver jeg både ydmyg og benøvet. Jeg blev blot så "forskrækket", da jeg læste nyheden, men jeg blev som bekendt senere "beroliget" af Kasper Lenbroch. Jeg mødte desværre aldrig min farfar (1882-1945), men oplevede derimod min farmor (1885-1958). Jeg kan huske, at mine forældre har vist mig og min ældste bror skitsen til logoet, men den er desværre på mystisk vis ikke mere – i hvert fald ikke i vores varetægt. Jeg håbede, at den dukkede op, da min mor døde i 2011, men desværre. Så jeg kender ikke en mere detaljeret beskrivelse af tilblivelsen af logoet. Jeg husker kun, at far fortalte, at den var blevet til i hans forældres køkken i embedsboligen på Vejle Svineslagteri, og jeg har set tegningen som barn. Den var en ikke-farvelagt blyantstegning på pergamentpapir, og far supplerede så, at tulipanerne var blevet røde, fordi det

netop var farmors yndlingsblomst: røde tulipaner, fortæller Mette Fog.

“

Tulip-logoet er en rød tulipan, da det var min farmors yndlingsblomst.

”

Mette Fog

Stiliserede Blomster

Nyheden om Tulip Food Companys navneskifte til Danish Crown Foods afstedkom også en henvendelse fra en historiker, der havde gravet den oprindelige registrering fra "Registrerings-Tidende for Varemærker" frem.

Heraf fremgår det, at logoet blev anmeldt den 28. december 1909 af Robert Alstrup, Vejle. Alstrup var forretningsfører ved Vejle og Omegns Andels-Svineslagteri

og anmeldte logoet med følgende beskrivelse.

- Inden for en oval Ramme ses tre ved Siden af hinanden anbragte, stiliserede Blomster. Midt i den ovale Ramme paa hver Side ses en sekstakket Stjerne.

Selv om Mette Fog desværre aldrig nåede at møde sin farfar, tidligere slagteridirektør på Vejle Svineslagteri, Hans Meinertz, har hun hørt masser af gode historier om hans virke og personlighed.

- Jeg har aldrig hørt andet, end at min farfar var et utroligt rart og omsorgsfuldt menneske. Han havde meget let til latter, men som jeg har fået fortalt, var min farfar også en retskaffen og retfærdighedens mand. Et ord var et ord, og der blev altid handlet med håndslag, slutter Mette Fog – barnebarn til selveste tegneren af det verdensberømte Tulip-logo, som altså nu igen har fået et nye og moderne udtryk. ●

På billedet ses Hans Meinertz – manden, der i sin tid tegnede det berømte logo med tulipanerne.



Da COVID-19 ramte slagteriet i Ringsted

Det var på mange måder nogle kedelige uger, da COVID-19 ramte flere af Danish Crowns medarbejdere på slagteriet i Ringsted i slutningen af juli. Heldigvis kom smitteudbruddet under kontrol i slutningen af august, og der er igen gang i slagteriet i Ringsted.

Herunder kan du se en tidslinje over COVID-19-udbruddet på Ringsted slagteri:



Søndag d. 26/7

En medarbejder blev testet positiv for COVID-19. I løbet af søndag og mandag morgen blev medarbejderne informeret, og 15 personer blev sat i karantæne og testet.

Torsdag d. 30/7

Yderligere 16 medarbejdere testes positive. Det samlede antal smittede er nu på 32. 421 ud af 900 ansatte er blevet testet. 100 medarbejdere er blevet udpeget som kontaktpersoner til de 32 smittede og derfor sendt hjem med opfordring om at lade sig teste.



Mandag d. 27/7

Igennem en opsporing identificerede Danish Crown 30 medarbejdere, der alle skulle blive væk fra arbejdspladsen og lade sig teste. I samarbejde med myndighederne iværksatte man en inddæmningsstrategi. Alle, der har været i udlandet, blev anmodet om ikke at møde på arbejde, før de var blevet testet negativ for COVID-19.

Onsdag d. 29/7

Yderligere 13 medarbejdere testes positive, det samlede antal smittede er nu på 16. I samarbejde med Styrelsen for Patientsikkerhed oprettes der et mobilt testcenter i Ringsted med formålet om at teste alle 900 ansatte. Strategien er at teste samtlige medarbejdere hver uge i de næste syv uger.



Tirsdag d. 28/7

Tre medarbejdere er nu blevet testet positive, og Danish Crown lukkede derfor skærestuen, hvor de smittede arbejder og sender 80 medarbejdere hjem til test.



Lørdag d. 1/8

Yderligere 18 er testet positive. Det samlede antal smittede er nu på 62. Man har nu fået svar fra de 421 tests og har dermed bekræftede tests af tæt på 600 medarbejdere.

Søndag d. 2/8

I løbet af søndagen melder 9 medarbejdere sig smittede. Det samlede antal smittede er søndag aften oppe på 71.

Fredag d. 31/7

Yderligere 12 medarbejdere er testet positive. Det samlede antal smittede er nu på 44. Man tester og undersøger fortsat, mens man venter på svar fra de 421 tests fra om torsdagen.

Mandag d. 3/8

Yderligere 8 medarbejdere er testet positive. Det samlede antal smittede er mandag aften på 79.



Torsdag d. 6/8

Yderligere 41 medarbejdere er testet positive. Det bringer det samlede antal smittede op på 120. Opsporingen viser, at omkring 80 af de smittede er fra de fire skærestuer. Mundbind bliver et krav på alle danske fabrikker og slagterier, og alle medarbejdere skal nu testes to gange om ugen.



Lørdag d. 8/8

Yderligere 22 medarbejdere testes positive ud af 600 medarbejdere, der blev testet torsdag. Det bringer det samlede antal smittede op på 142. Derfor lukkes slagteriet ned i et forsøg på at bryde smittekæderne. Alle medarbejdere i Ringsted skal nu betragte sig selv som at være nære kontakter til smittede. Testprogrammet fortsætter.



Torsdag d. 20/8

Ud af 576 nye tests er der kun fundet 2 nye tilfælde af COVID-19, og derfor åbner man slagteriet i Ringsted den 21. august som planlagt. Testprogrammet med to test om ugen kører stadig. Slagteriet starter op på halv kraft, hvor produktionen optrappes i takt med, at man får bekræftet, at smittekæderne er brudt.

Søndag d. 16/8

Siden søndag den 9. august er der yderligere 21 medarbejdere konstateret smittet, hvor 14 af dem er medarbejdere, som hurtigt blev udpeget til nære kontaktpersoner til tidligere smittede. Smittetallet er derfor faldet markant, og man planlægger at genåbne slagteriet i Ringsted den følgende fredag.

Kort nyt



*Selma Cerimagic,
ErhvervsPhD,
nomineret til Årets
Sustainability Håb*

Siden september 2019 har Selma Cerimagic arbejdet på sin ErhvervsPhD i samarbejde med Danish Crown. Helt konkret arbejder Selma med at omsætte forskning og akademisk viden til konkrete løsninger i arbejdet med at reducere klima- og miljøaftryk i produktionen af grisekød.

Selma bruger livscyklusvurderinger (LCA) til at måle miljøbelastningen af Danish Crowns grisekødsproduktion. Selma vil udvikle et LCA-værktøj, som Danish Crown kan bruge i fremtiden til at vurdere investeringsprojekter og tiltag på griseslagterierne ud fra et bæredygtighedsparameter. Det betyder, at man fra start vil kunne indtænke bæredygtighed og have et fokus på at reducere miljøbelastningen fra produktionen.

Danish Crown anser Selma som en af fremtidens ledere af bæredygtighed, og hun er allerede et stærkt sustainability håb i Danish Crown. Således er hun indstillet til "Årets Sustainability Håb", der uddeles af Sustain Awards 2020.

Fabrikschef i Ringsted: Det var en brat opvågning

Steffen Ahrendsen skulle have haft en god ferie til Kroatien med familien, men tog hjem før tid til et COVID-19-udbrud i Ringsted, der ramte hårdere, end nogen havde forventet.

Tekst: Martin Christensen

Den sidste måned har COVID-19-udbruddet i Ringsted fyldt meget i Danish Crown og til tider i hele Danmark.

Steffen Ahrendsen, fabrikschef på slagteriet i Ringsted, var egentlig startet med at holde sommerferie og var kommet til Kroatien om søndagen, da det hele startede.

- Om søndagen var jeg stadig rolig, fordi vi tidligere har haft et positivt tilfælde, hvor vi hurtigt fik styr på det. Men da det udviklede sig i løbet af mandagen og tirsdagen, kunne jeg godt fornemme, at noget var helt galt. Derfor tog jeg hjem onsdag og var i Ringsted torsdag morgen, og resten af historien kender vi jo desværre allesammen, siger Steffen Ahrendsen.

Vi troede, vi slap

Steffen Ahrendsen fortæller, at mange, inklusiv ham selv, troede, at de danske slagterier var gået fri for et stort udbrud.

- Den heftige udvikling og det høje smittetal var en brat opvågning for os alle sammen. Vi havde lidt fået den indstilling, at det kun sker for naboen, fordi vi havde sat så mange tiltag i værk og var sluppet

så længe. Vi har jo altid en god hygiejne, og med de ekstra tiltag, vi lavede, troede vi ærlig talt ikke, at vi kunne blive ramt så hårdt, siger Steffen Ahrendsen.

Udbruddet i Ringsted skabte en massiv opmærksomhed fra omverdenen og et stort pres på slagteriet. Steffen Ahrendsen roser hele organisationen og det setup, der blev sat i gang, så han kunne koncentrere sig om sine medarbejdere og produktionen.

Her en måned efter udbruddet er situationen under kontrol, og slagteriet i Ringsted er i begyndt at slagte igen.

- Det har været mærkeligt, at parkeringspladsen har været så tom, så det er dejligt, at vi nu er tilbage i fuld produktion. Man kan mærke, at folk er optimistiske, og inderst inde, tror jeg, vi alle bare er glade for at være tilbage på arbejde, siger Steffen Ahrendsen. •

Islandsk kunde sætter fokus på oksekødet fra Danish Crown

Siden den islandske foodservice-leverandør Ekran blev kunde hos Danish Crown Beef i 2018, er samarbejdet kun blevet tættere – og er nu blevet så tæt, at Ekran på eget initiativ viser samarbejdet frem i video og billeder.

Kokke med Danish Crown-logo på skjorten, der med begejstring arbejder med oksekød fra vores danske landmænd – det må være et ideelt billedgalleri i fortællingen om Danish Crowns produkter til foodservice – og det er netop, hvad Ekran, som er den største leverandør af fødevarer til foodservice i Island, sammen med restaurantkæden Apotek benyttede sig af. Derfor bliver det islandske initiativ også taget godt imod på salgskontoret i Holsted – især i en tid, hvor foodservice-branchen har været hårdt presset som følge af corona pandemien.

- Når Ekran og de fem Apotek-restauranter i Reykjavik på den her måde gør en ekstra indsats for at vise vores logo frem sammen med de råvarer, vi leverer til dem, så synes jeg, det viser, at vi har formået at fastholde og intensivere den gode forbindelse til vores islandske kunde i en tid, hvor corona-virusen har presset både os og ikke mindst vores foodservice-kunder, fortæller Jan E. Nørhede, Senior Director i eksport i Danish Crown Beef.

Det gode samarbejde med Ekran tog et skridt i den rigtige retning tilbage i februar, hvor de sammen med kokke og ejere fra Apotek-restauranterne besøgte Holsted.

- Besøget fra Ekran og Apotek tilbage i februar gik rigtig godt. Vi fik styrket vores samarbejde yderligere, og det har vi da vist også fået bekræftet nu, hvor de vælger at gøre vores logo så synligt ude på restauranterne. Det er virkelig dejligt at se, uddyber Jan E. Nørhede.

Island har normalt en betydelig og voksende turisme med ca. 2 mio. besøgende årligt, men det har coronavirusen desværre også sat en dæmper på. Dog har netop Apotek-restauranterne et fornuftigt antal gæster, da de altid har fokuseret meget på lokale kunder – dvs. de ca. 200.000, som bor i og omkring Reykjavik. ●

Ekran er den største leverandør af fødevarer til Foodservice i Island.



Danish Crown Foods lancerer plantebaseret bacon

Som et svar på den stigende efterspørgsel på alternativer til kødprodukter, lancerer Danish Crown Foods i uge 34 deres svar på plantebaseret bacon og kalder det Tulip Veggie Bacon.

Danish Crown har lanceret en plantebaseret bacon, "Tulip Veggie Bacon", der ikke skal anses som et fravalg af kødprodukter, men derimod som et tilvalg af en kundegruppe ifølge Michael Brandt Jensen, Director i Marketing and Innovation Europe i Danish Crown Foods.

De senere år er der kommet flere og flere alternativer til kød og andre animalske produkter, eftersom efterspørgslen på dette er steget i takt med, at kundegruppen er vokset.

Derfor er det heller ikke nyt for Danish Crown Foods at tænke i alternativer til deres kødprodukter, og som Europas største baconproducent har de nu kastet sig ud i at levere plantebaseret bacon, som man har døbt Tulip Veggie Bacon.

- Efter at have smagt forskellige bud på alternativer til klassisk bacon, mente vi, at vi som førende producent i Europa også bør lave det bedste bud på plantebaseret bacon. Det mener vi, at vi har gjort med Tulip Veggie Bacon, siger Michael Brandt Jensen, Director i Marketing and Innovation Europe i Danish Crown Foods.

Ikke det første og bedste

Selvom man i dag står med et plantebaseret alternativ til Tulips bacon, er det ikke nogen hemmelighed,

at man har prøvet adskillige varianter og været i en længere proces for at finde nøglen til et produkt, der skal kunne slå de andre.

- Selvom det at lave plantebaseret produkter ikke er nyt for os, er vi jo stadig et stykke ude af vores komfortzone. Derfor har vi tilladt os selv at tage den tid, det skulle tage for at finde den rette opskrift og smag, så vi kan stå inde for et produkt, vi mener, er det bedste plantebaseret alternativ til den klassiske baconsmag, siger Michael Brandt Jensen.

Michael Brandt Jensen fortæller videre, at man ikke skal se denne lancering som et skridt mod at fravælge kødprodukterne, men som et tilvalg af en kundegruppe. Tulip Veggie Bacon er primært lavet til de forbrugere, der gerne vil skære lidt ned på deres kødforbrug, men stadig vil have smagen af bacon i deres hverdag.

Skal udbredes til Europa

Kampagnen og lanceringen er allerede skudt i gang i Danmark, hvor Coops butikker har fået lov til at være de første med produktet, mens produkterne senere kommer i MENYs butikker.

- Vi ved, at forbrugere til produkter som Tulip Veggie Bacon primært finder inspiration til deres mad online, så derfor er vores kampagne også bygget op af online annoncering og brug af mikro-influencer på de sociale medier, som taler direkte til denne målgruppe, siger Heidi D. Kjærgaard, Brand & Product Manager hos Danish Crown Foods.

Michael Brandt Jensen fortæller slutteligt, at Tulip Veggie Bacon også kommer i Coops norske butikker fra uge 38, men planen er, at det skal ud til adskillige lande i Europa, hvor det også skal tilbydes som et alternativ til den traditionelle Tulip Bacon. ●



Ny app gør det nemt at dele historier om Danish Crown

Nu kan danske medarbejdere i Danish Crown med få klik fortælle og dele historier om Danish Crown på sociale medier.

Tekst: Martin Christensen

Nu er det blevet meget nemmere at fortælle og dele historier om din arbejdsplads på de sociale medier, efter Danish Crown har taget appen Amplify i brug. Allerede nu kan du tilmelde dig appen, så du er klar til at bruge den, når den går i luften i starten af september.

- Vi har jo allerede Crownie-forløbet, som bl.a. skal hjælpe medarbejderne med at kunne begå sig bedre på de sociale medier og gøre det nemmere at fortælle om Danish Crown, hvis man gerne vil det. Med Amplify behøver man ikke sætte tid af til oplæringskurser eller være en haj til sociale medier. Det er tværtimod supernemt at komme i gang med, siger Pia Paulsen, Head of Social Media i Group Communications.

Nemt og enkelt

Amplify fungerer på den måde, at man opretter sig i appen og tilknytter sine sociale medie-profiler, og så er man faktisk klar. Inde i appen ligger der historier, som man enten kan dele direkte på sine profiler eller personliggøre dem, inden man deler.

- Vi hører ofte rundt i krogene, at folk gerne vil dele ting, men bliver bremset af, at de ikke ved, hvad de må og ikke må dele, og hvordan det skal deles. Med Amplify kan man se, hvilke historier, der er værd at fortælle om, og hvordan vi foreslår, man fortæller dem. Hvis man har lyst, kan man altid give opslagene sit eget twist. Vigtigt er det også at sige, at det er helt frivilligt, hvad man deler, siger Pia Paulsen.

En anden funktion i appen er, at man som medarbejder selv kan foreslå historier, som andre brugere kan få gavn af. På den måde kan medarbejderne også selv være med til at præge kommunikationen udadtil.

Hjælper din arbejdsplads

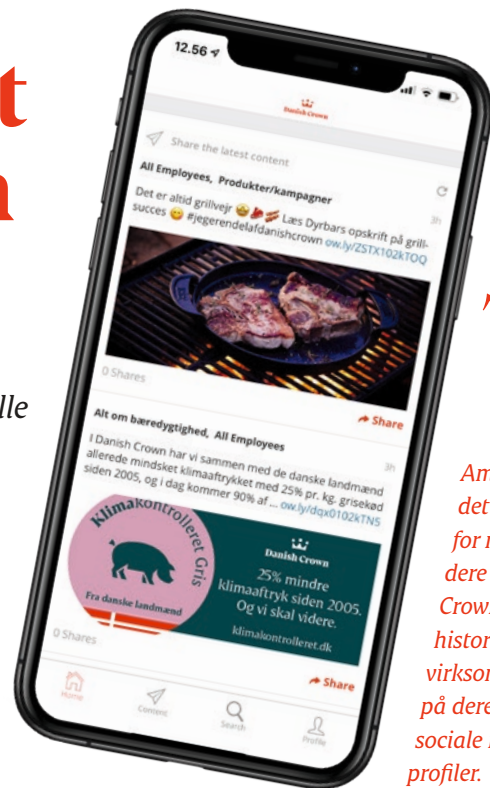
Udover at du på en nem og hurtig måde får fortalt gode historier til din familie og venner, så hjælper du faktisk også din arbejdsplads. Edelman's Trust Barometer 2020, der er en årlig rapport om tillid til medierne, viser, at det hjælper på virksomhedens position, når medarbejderne fortæller historier om deres arbejdsplads.

- Vi er rigtig glade for, at det nu er blevet nemmere for vores kollegaer at dele og fortælle historier om Danish Crown. Det er noget, som virkelig kan være med til at styrke fællesskabet og holdånden. Det så vi også med Crownie-forløbet, så vi håber, der er mange, der har lyst til at prøve det af, siger Pia Paulsen.

Hvis du vil være med

Lyder appen som noget, du kan have lyst til at prøve, skal du kontakte Pia Paulsen på PIPAU@danishcrown.com og hente appen 'Hootsuite Amplify' i App Store eller Google Play. Når Pia Paulsen har givet dig adgang, vil du modtage en mail med et link til at oprette en adgangskode og profil, og så er du faktisk i gang, når appen er i luften i starten af september.

Login plus vejledninger bliver sendt ud omkring 1. september. ●



Amplify gør det muligt for medarbejdere i Danish Crown at dele historier fra virksomheden på deres egne sociale medie-profiler.

Kort nyt



Danish Crown vandt to guldmedaljer ved prisuddeling

Danish Crown har, sammen med samarbejdspartner, Kontrapunkt, vundet guld for bedste nye typografi og bedste rebrand af et corporate brand.

Priserne er uddelt af Creative Circle. Rilla Würtz Jensen, Manager for Corporate Brand & Visual Identity i Danish Crown, fortæller, at vi er ekstra stolte af de to priser, fordi det netop betyder, at Danish Crown har ramt noget, der bliver lagt mærke til og anerkendt af omverdenen.

Når arbejdspladsen
går i arv



Familietema

I dette nummer sætter vi fokus på kollegaer, hvis familier har været i koncernen i generationer.

Nicklas Hundborg (tv.), Jørgen Hundborg (mf.) og Martin Hundborg (th.) er henholdsvis 24, 59 og 34 år gamle.

Familien Hundborg har været i Danish Crown i over 100 år

Jørgen, Martin og Nicklas Hundborg er de seneste skud på stammen af familien Hundborg i Danish Crown, som kan spores tilbage til starten af 1900-tallet. I deres familie er Danish Crown ikke bare en arbejdsplads, det er en del af familiens identitet.

Tekst: Martin Christensen

Foto: Morten Faueryby

Hundborg. Det efternavn er der rigtig mange i Danish Crown koncernen, som kender til. Ikke fordi Hundborg-familien har gjort opmærksom på sig selv, men fordi de altid har været her.

– Min farfar er født i 1889, og han blev udlært kreaturslagter i starten af 1900-tallet på det daværende slagteri i Randers. Min far blev udlært butiksslagter, men han endte også som kreaturslagter, hvor min farfar også var. Han nåede dog også at komme på svineslagteriet og senere ved Sdr. borup i Randers, hvor han var pakkemester, hvor jeg så også kom ind gennem ham og blev udlært slagter, fortæller Jørgen Hundborg, der i dag er udbeningsmester i Horsens.

Det er dog ikke kun Jørgens far og farfar, der var en del af slagterierne dengang, der senere blev til Danish Crown. Moren arbejdede i laboratoriet i Randers, hvor også en onkel og moster var på slagteriet. Jørgens morfar arbejdede det meste af hans liv på slagteriet i Hadsten, mens Jørgens lillebror kom til Randers to år efter han var kommet i lære som slagter.

Sønnerne fulgte trop

Jørgen blev ikke den sidste Hundborg, der skulle

arbejde i Danish Crown koncernen. I 2010 startede hans ældste søn nemlig i pakkeriet i Horsens, og det startede traditionen tro med, at far Jørgen foreslog det.

I dag kan jeg ikke se, hvor jeg ellers skulle arbejde.

Martin Hundborg, Servicedesk Specialist i Randers

– Jeg har aldrig villet være slagter. Jeg er mere interesseret i IT og maskiner. Så da min far foreslog jobbet i Danish Crown, var jeg faktisk lidt skeptisk i starten, men jeg valgte i sidste ende at søge det. Efter to år i pakkeriet fik jeg lov til at arbejde med IT i Horsens, og nu er jeg i IT-afdelingen i Randers. I dag kan jeg ikke se, hvor jeg ellers skulle arbejde, fortæller Martin Hundborg, Servicedesk Specialist i Randers.

Læs mere på næste side →

Martins lillebror, Nicklas Hundborg, var derimod ikke i tvivl, da han stod med afgangsbrevet fra folkeskolen.

- Da min far fortalte mig, at de søgte lærlinge i Horsens, sprang jeg til med det samme. Martin og jeg er blevet flasket op med Danish Crown og slagterfaget, så det føltes helt naturligt. Lige siden jeg kan huske, har Martin og jeg været på rundvisninger på slagteriet og været nede på slagtegangene, fortæller Nicklas Hundborg, der nåede at være slagter i Horsens i 5 år, inden han for nyligt er stoppet.

Martin og Nicklas Hundborg slår fast, at de aldrig har følt sig presset af familien til at arbejde i Danish Crown, selvom deres mor også har arbejdet i koncernen, ligesom hele tre mostre også har.

- Det har været en stor del af vores opvækst. Der var ikke en aften ved køkkenbordet eller en familiefrokost, hvor hverdagen i Danish Crown ikke blev vendt. Det har ikke ændret sig i dag. Selv hvis vi siger, at nu gider vi ikke snakke om Danish Crown, så går der ikke mere end en time eller et par øl, før det kommer på bordet igen, fortæller Martin Hundborg.

En del af identiteten

Selvom Jørgen Hundborg og hans søn Martin Hundborg i dag ikke er på samme arbejdsplads, så var der 5 år, hvor både Jørgen, Martin og Nicklas Hundborg var at finde på slagteriet i Horsens.

“

Jeg kan ikke huske en tid i mit barndomshjem, hvor slagteri og Danish Crown ikke har fyldt.

”

*Jørgen Hundborg
udbeningsmester i Horsens*

- Horsens er jo en kæmpe arbejdsplads, men alligevel var det specielt at arbejde samme sted. Jeg vidste jo altid, hvor drengene var, og jeg vidste, at hvis jeg for eksempel ringede op til IT, så kunne jeg risikere at få Martin i røret. På vej til pause kunne jeg også møde Nicklas eller Martin. Det var meget sjovt, fortæller Jørgen Hundborg, udbeningsmester i Horsens.

Martin og Nicklas Hundborg husker også tiden i Horsens som en speciel tid, fordi man kunne støde på

Både Nicklas, Martin og Jørgen har arbejdet på slagteriet i Horsens.

hinanden i en ellers travl hverdag. Alle tre kan også fortælle mange historier om, at de er blevet genkendt på deres efternavn.

- Der har da været flere tilfælde, hvor folk har sagt, at de enten har hørt navnet Hundborg før, eller at de kender min far eller en anden i familien. Det er meget sjovt, og man er egentlig også lidt stolt af det. Det er på en måde blevet en stor del af familiens identitet, fortæller Martin Hundborg, Servicedesk Specialist i Randers.

Jørgen Hundborg vil også hellere kalde sit virke i Danish Crown for en livsstil i stedet for et arbejde.

- Det kan lyde som en kliché, men jeg har aldrig været træt af at gå på arbejde. Aldrig. Ellers var jeg jo ikke blevet her i over 40 år. For mig er det en livsstil. Jeg kan ikke huske en tid i mit barndomshjem, hvor slagteri og Danish Crown ikke har fyldt. Dengang var gæsterne i huset også altid slagtere, pølsemagere eller andet, der havde en tilknytning til slagterierne. Det er blevet en del af familiens og min egen selvforståelse, fortæller Jørgen Hundborg.

Hundborg bliver i Danish Crown

Selvom Jørgen Hundborg har været en del af Danish Crown i over 42 år, regner han med at fortsætte indtil hans 50-års jubilæum, inden han går på pension, ligesom Martin Hundborg gerne vil blive i koncernen indtil han skal pensioneres om mange år. Lillebror Nicklas Hundborg udelukker heller ikke, at han vender tilbage til Danish Crown.



Familien Hundborg kan ikke være til familiefrokoster, uden Danish Crown bliver nævnt.



Når arbejdspladsen går i arv



Den udtjente bæk brokkede sig noget, da familien Hundborg satte sig.

- Jeg tror, at vores families historie har gjort Danish Crown til et sted, der faktisk føles næsten hjemligt og trygt. Man føler, at hvis man yder en indsats og opfører sig ordentligt, så har man et arbejde for livet. Man har en følelse af, at Danish Crown er et loyalt sted. Det er ikke tilfældigt, at vores familie har været en del af koncernen i over 100 år, og man kan jo finde lignende historier mange steder rundt i virksomheden, fortæller Nicklas Hundborg, tidligere slagter i Danish Crown.

Men hvad så efter Jørgen, Martin og Nicklas Hundborg? Kommer efternavnet til at hænge ved i koncernen? Det er de alle tre enige om, at det gør.

- I dag rummer Danish Crown så mange typer arbejdsopgaver. Det er næsten underordnet, hvad dine kompetencer eller interesser er, så kan du bruge dem i Danish Crown. Så jeg vil blive meget overrasket, hvis der ikke bare er én fra næste generation i familien Hundborg, der kommer til at arbejde i koncernen. De kommer i hvert fald ikke til at høre om andet i deres opvækst, ligesom alle os andre, griner Martin Hundborg. ●

Stolthed over det store fællesskab

Poul Faurholt er tredje generation på gården i Tylstrup. Her er Danish Crown gået i arv i sådan en grad, at numrene i tatoveringshammeren har været de samme siden 1985.

Tekst: Aske Gott Sørensen | Foto: Morten Fauerby

Poul Faurholt er tredje generation på gården i Tylstrup og har overtaget leverandørnummeret fra sin far.

Når grisene fra Poul Faurholt i Tylstrup løber ombord på lastbilen til Danish Crown, er det med det samme nummer på skinken, som det har været de sidste 30 år. Poul, der er tredje generation på gården, har nemlig overtaget leverandørnummeret fra sin far, som fik det fra farfaren, der startede produktionen op i 1985. Og det er ikke tilfældigt, når man spørger Pouls far Søren Faurholt. Historikken sammen med Danish Crown betyder nemlig meget for de to nordjyder.

- Det er følelser og historik. Det leveringsnummer, vi har, er vores families leveringsnummer, så det betød meget at kunne give det videre. Jeg havde fået det af min far, og jeg kunne bare sætte nogle andre numre i hammeren, men det betød meget. Samtidig kunne vi lade den kapital, der var blevet sparet op, stå i virksomheden, så Poul var fuldgældig medejer fra dag et og havde ansvaret på sig.

- Første gang han sidder til en generalforsamling er han fuldgældigt medlem og har vores anciennitet med sig, så han repræsenterer både min far, som er væk, og mig. Han løfter arven videre, fra det vi byggede op fra ingenting til, at Poul i dag sender 250 grise af sted hver uge, siger Søren Faurholt.

Ny stald

På gården i Tylstrup er fjerde generation også på plads, hvis hun vælger landmands-vejen.

Indtil videre er det dog Poul, der holder styr på forretningen, og den bliver større i den kommende tid.

Lidt derfra på en anden besætning er murerne nemlig i gang med at lægge de sidste hænder på en ny stald i sommervarmen.

“

Det leveringsnummer, vi har, er vores families leveringsnummer, så det betød meget at kunne give det videre.

”

Søren Faurholt

Dermed ender virksomheden med at kunne lave 24.000 slagtesvin på de 750 søer, som er under staldenes tage. Her bliver nogen solgt fra som avlsdyr, men langt de fleste ender på et Danish Crown-slagteri, og det glæder Poul Faurholt at være med til at holde på arbejdspladserne i Danmark.

- Det er altid sjovt at køre forbi Horsens og vide, at man er med til at holde den fabrik og de arbejdspladser i gang som en lille brik i det store puslespil, siger Poul Faurholt, mens faren supplerer:

- Vi kan sætte os ned og regne ud, hvor mange jobs vi er med til at skabe med de grise, vi leverer. Det skal man huske, og derfor skal vi også levere slagtegrisene her i Danmark. Så bliver arbejdspladserne her. Så når strengen skal slås, skal vi alle sammen have noget ud af det – både medarbejdere og ejere, og det gør vi her, siger Søren Faurholt.

Når arbejdspladsen går i arv



Pligt, ret og stolthed

Søren Faurholt er andelshaver helt ind til benet, og det har han givet videre til sønnen Poul. Derfor var der heller ingen tvivl om, at grisene går til Danish Crown.



Der er en stolthed i at levere til Danish Crown, når man ser, at det bliver lanceret ude i Kina eller Japan som et kvalitetsprodukt, så er man med til at lave det.



Poul Faurholt, søn af Søren Faurholt og tredje generation på gården i Tylstrup

- Samarbejdet med Danish Crown handler om pligt og ret. Vi har pligt til at levere dyrene, og omvendt har vi også ret til at komme af med dem. Det giver en

sikkerhed, at vi er forpligtet over for hinanden og har bundet vores produktioner op på hinanden, siger Poul Faurholt.

Samtidig ender de grise, som bliver fedet op på gården i Nordjylland, på middagsborde over hele verden, og det skaber stolthed.

- Vi har en virksomhed, der kan levere til hele verden, og det er ikke mange lande beskåret. Der er en stolthed i at levere til Danish Crown, når man ser, at det bliver lanceret ude i Kina eller Japan som et kvalitetsprodukt, så er man med til at lave det. Det også takket være medarbejderne, som leverer kvalitet på slagterierne, så det er en stolthed over vores egne grise, men også de fælles produkter, siger Søren Faurholt.

Derfor går de begge to meget op i, at medarbejderne og ejerne skal trække samme vej.

- Det må aldrig blive dem og os. Vi er en samlet virksomhed. Og så tror jeg virkelig, vi kan flytte noget, siger Søren Faurholt. ●

Søren Faurholt overtog i sin tid sit leverandørnummer af sin far. Søren har nu videregivet sit leverandørnummer til sin søn, Poul Faurholt.

Ægtepar har Tulip i blodet

Pernille Langkjær og Tonni Langkjær er gift og har været sammen i 29 år. De arbejder begge på Danish Crown Foods-fabrikken i Vejle, og begge forfædre har arbejdet på Tulip i Vejle i mange år.

Hendes morfar var tarmrenser, hendes farbror var pølsemeister og hendes bror arbejdede som pølsemaker under farbroren. Alle sammen på Tulip i Vejle.

Derfor gav det også næsten sig selv, at Pernille Langkjær, da hun var færdig med folkeskolen, skulle i lære som pølsemaker på Tulip i Vejle.

“

Min far var stolt af at arbejde på Tulip. Det var de fleste.

”

Tonni Langkjær, smed hos Danish Crown Foods i Vejle

Det er i dag 31 år siden, at Pernille begyndte i lære som pølsemaker hos Tulip, og hun har været på Vejle-fabrikken lige siden.

Tonni Langkjær, 56 år, og Pernille Langkjær, 48 år, er gift.

Tonni Langkjær er gift med Pernille Langkjær, og Tonnis far, Egon Langkjær, arbejdede i flere år som pølsemeister på Tulip-fabrikken i Vejle. Faktisk var han pølsemeister sammen med Pernilles farbror, Åge Mortensen.

Det betyder også, at de begge er vokset op med en masse snak om Tulip i familien.

- Min far var stolt af at arbejde på Tulip i Vejle. Det var de fleste. Det var jo på et tidspunkt den største arbejdsplads i byen, så det var en arbejdsplads, der fyldte meget. Før 1991 lå fabrikken i Havnegade,

centralt i Vejle, så man vidste godt, hvad Tulip var i Vejle, fortæller Tonni Langkjær.

Pernille kan også huske hendes morfar, fra da hun var lille. Han var også stolt af at arbejde på Tulip, men det var hendes farbror Åge, der for alvor var Tulip-ambassadør i hendes familie.

- Min farbror var meget stolt af at arbejde hos Tulip. Han snakkede altid om det, og man skulle ikke sige noget negativt om Tulip, mens han hørte det. Jeg tror, han spiste pølser hver dag. Jeg kan huske, min far holdt en tale til hans fødselsdag, hvor han havde regnet ud, hvor mange kilometer pølser, Åge havde spist i sit liv. Det var mange kilometer, siger Pernille Langkjær.

Far var stolt

For Tonni var det ikke givet, at han skulle ende med at arbejde hos Tulip, da han uddannede sig til smed.

Men for over 30 år siden var Tonni faktisk første gang ansat på Tulip i Vejle. Mens hans far også arbejdede der som pølsemeister.

- Det var ikke noget, min far gjorde et stort nummer ud af, da jeg kom derned. Men jeg kan huske, at han



Pernilles morfar tv. på billedet, Albert Larsen, var tarmrenser hos Tulip i Vejle hele sit arbejdsliv. Pernilles farbror th. på billedet, Åge Mortensen, var pøsemester hos Tulip i Vejle hele sit arbejdsliv.

fortalte, at hans dreng også var kommet på Tulip. Så det betød noget for ham, og det gjorde det også for mig. Desværre kom der nedskæringer seks måneder efter, og så tog jeg videre, inden jeg kom tilbage igen i 2005, siger Tonni Langkjær.

Farbror krævede meget

Pernilles morfar var hele sit arbejdsliv på Tulip-fabrikken, hvor han arbejdede som tarmrenser.

“
Jeg ville gerne arbejde hos Tulip, fordi jeg forbandt det med positive ting.
”

*Pernille Langkjær,
Danish Crown Foods i Vejle*

- Min morfar var en rigtig slider. Han var glad for at være tarmrenser selvom det var et hårdt erhverv. Dengang var der ikke badefaciliteter på fabrikken, så min morfar sagde, at man altid kunne lugte, hvor han arbejdede, og det var jo nok ikke helt forkert, fortæller Pernille Langkjær med et grin.

Men det var Pernilles farbror Åge, der fik hende til at søge ind som pøsemagerlærling hos Tulip i Vejle. Hendes storebror var allerede udlært pøsemager under farbroren på det tidspunkt, og det var også Åge, som skulle lære Pernille op.

- Jeg ville gerne arbejde hos Tulip, fordi jeg forbandt det med mange positive ting. Jeg vidste også godt, at jeg ingen fordele ville få, fordi min farbror var der. Tværtimod. Han forventede måske endnu mere af mig, end han gjorde af de andre, så der ikke kom forskelsbehandling, siger Pernille Langkjær.



Når arbejdspladsen går i arv

Arbejder sammen uden at ses

Nu har Tonni og Pernille arbejdet sammen på fabrikken i Vejle i 15 år, hvor Tonni er smed, og Pernille arbejder i højhygienisk, receptionen og køkkenet.

Det var dog en smule imod Pernilles vilje, da hendes mand for 15 år siden ville søge jobbet som smed på samme fabrik, hvor hun arbejdede.

- Jeg ville gerne undgå, at vi skulle rende ind i hinanden hele tiden, og hvis han skulle være smed inde i højhygieneafdelingen, hvor jeg arbejdede, skulle jeg måske høre på, at mine kollegaer brokkede sig over ham. Det ønskede jeg ikke at blande sammen, siger Pernille Langkjær.

Sådan en situation ønskede Tonni Langkjær sig heller ikke, og da han sagde ja til

jobbet, var det med en aftale om, at han ikke skulle arbejde i sin kones afdeling.

Nu er der gået 15 år, hvor de har arbejdet på samme arbejdsplads, og det er gået fantastisk.

- Der kan gå en hel uge mellem, at vi ser hinanden på fabrikken. Det er jo en stor fabrik, og der er både dag- og aftenvagter. Vi kender selvfølgelig rigtig mange af de samme mennesker, men det er kun dejligt. Vi snakker lidt arbejde, når vi kommer hjem, men vi er faktisk gode til at også at pakke det væk. Så vi regner da med at have mange gode år på fabrikken foran os, siger Tonni Langkjær. ●

Brugte møbler får nyt liv på institutioner i Polen

I et samarbejde med Polsk-Dansk humanitær forening har Danish Crown valgt at donere store mængder møbler til trængende børnehjem, krisecentre og herberger i Polen i stedet for at smide møblerne ud.

Tekst: Martin Christensen

Foto: Lars Andersen

De nedlagte lokaler på den gamle Sdr. Borup-fabrik og opbevaringsrummene på Danish Crowns hovedkontor bliver med tiden fyldt med brugte møbler i takt med, at inventar bliver pensioneret og klar til at blive smidt ud.

Intern service tekniker Lars Andersen har dog fået et samarbejde med Polsk-Dansk humanitær forening, så i stedet for at smide møblerne ud, får de nu et nyt liv i Polen på børnehjem, krisecentre og herberger.

- Jeg synes, det var synd at smide alle de fine møbler ud, så igennem nogle venner fra min hjemegn kom jeg i kontakt med Polsk-Dansk humanitær forening. Det betyder, at vi med deres hjælp nu donerer den her store mængde møbler til polske børnehjem, krisecentre og herberger i stedet for at smide det ud, siger Lars Andersen, intern service tekniker i Danish Crown.

Fantastisk initiativ

Det var Bent Ole Hansen, formand for Polsk-Dansk humanitær forening, der blev kontaktet af Lars Andersen, og han var med på ideen lige med det samme.

- Da Lars fortalte mig om muligheden for at hente den her store mængde møbler, tog jeg til Randers og kiggede på det og konstaterede, at det jo var rigtig fine møbler. Indtil videre har jeg fyldt en hel lastbil og fem flytte-trailere med møbler og inventar, og så er det ikke engang det hele. Så vi er naturligvis rigtig glade og taknemmelige for, at vi

Det koster ikke Danish Crown en krone at donere møblerne til institutionerne i Polen.

må tage det med til Polen, hvor de virkelig har brug for det, siger Bent Ole Hansen, formand for Polsk-Dansk humanitær forening.

Polsk-Dansk humanitær forening sender hvert år omkring fire sættevogne fyldt med møbler, inventar, service og andet fra Danmark, som de kan bruge på de polske børnehjem, krisecentre og herberger. Foreningen har også en lille genbrugsbutik, som er med til at dække udgifterne til transporten.

Tre uger til afgang

Inden Lars Andersen kom i kontakt med Polsk-Dansk humanitær forening, forsøgte han at kontakte danske genbrugsforretninger og lignende, men de var ikke videre interesseret i møblerne. Han fortæller også, at samarbejdet er den bedst mulige løsning for alle parter.

- Skulle vi selv have bøvlet med at smide det ud, havde det naturligvis kostet nogle penge. På den her måde er de eneste omkostninger mine arbejdstimer. Så udover at vi sørger for at genbruge nogle fine møbler og hjælpe udsatte i Polen, er det faktisk også det billigste for os, så det er svært ikke at være tilfreds med samarbejdet, siger Lars Andersen.

I Polsk-Dansk humanitær forening ser de det også som et gyldent samarbejde, og de polske børnehjem, herberger og krisecentre har fået den gode nyhed om, at de får møblerne lige om lidt.

- Vi har planlagt en tur om knap tre uger, hvor vi kører en lastbil derned fyldt med møbler fra Danish Crown og lidt andre ting, som de allerede er super taknemmelige for. Og hvis de vil have mere, har jeg allerede aftalt med Lars, at der lidt mere fra opbevaringsrummene, de godt kan bruge i Polen, så det er

garanteret ikke de sidste Danish Crown møbler, der kommer udsatte i Polen til gavn, siger Bent Ole Hansen, formand for Polsk-Dansk humanitær forening. ●



Danish Crown Beef har indhentet slagtingerne

En vellykket relanceringskampagne af Dansk Kalv i samarbejde med Coop satte sit massive aftryk på salget af dansk kalvekød i juni måned.



Samtlige kreaturslagterier i Europa gik ned i tempo, da COVID-19 lukkede samfundene ned over én kam i starten af marts. Her valgte Danish Crown Beef også at opfordre til at holde de dyr, der kunne blive i stalden, hjemme. Det valgte mange andelshavere at lytte til, så markedet ikke flød over med okse- og kalvekød.

- Vi oplevede helt fra start en andelshavergruppe, som var klar til at løse denne store udfordring sammen med os. Da vi vælger at bede andelshaverne om at holde lidt flere dyr hjemme, så blev der i stort omfang lyttet, og det gjorde, at bunden ikke blev slået ud af markedet i det omfang, man kunne have frygtet, siger Solvejg Horst Petersen, der er director i Danish Crown Beef Ejerservice.

Stor ros til medarbejderne

Det betød samtidig, at der kom en pukkel af slagte-dyr, som blev udsat, og her efter sommerferien er den nu afviklet, så Danish Crown Beef igen er med på slagtingerne. Det er især takket være fleksible medarbejdere, og den vilje til at omstille sig, glæder Ivan Schmidt, produktionsdirektør i Danish Crown Beef.

- Vores medarbejdere har været utrolig omstillingsparate helt fra marts og frem. Vi lagde ud med at skrue helt ned for slagtingerne og holde arbejdstiden på et minimum for at følge markedet, og da der så kommer lys igen, skruer vi helt op for at hente puklen. Her har medarbejderne været med hele vejen og lagt en stor indsats for at servicere andelshaverne. Det vidner om en stærk kultur, og det er jeg stolt af, siger Ivan Schmidt. ●

Takket være omstillingsparate og effektive medarbejdere er Danish Crown Beef nu igen med på slagtingerne.

Hele Danmark kiggede med, da Statsministeren indtog slagteriet i Horsens

Statsminister Mette Frederiksen og tre andre ministre var på Danish Crowns slagteri i Horsens for at præsentere regeringens forslag om ret til tidlig pension.

Tekst: Daniel Winther Pedersen

Foto: Claus Petersen

Normalt er parkeringspladsen ved Danish Crowns slagteri i Horsens forbeholdt de ansatte, eksterne håndværkere og lastbilchauffører.

Men tirsdag var det meste af parkeringspladsen inddraget, og i stedet var der stillet telte, toiletvogne og en overdækket terrasse op. Samtidig vrimlede det allerede fra morgenstunden med journalister med deres mikrofoner, Tv-kameraer og teknikvogne.

Årsagen var, at statsminister Mette Frederiksen på et pressemøde ville præsentere regeringens plan for Tidlig pension til dem, som har været længst på arbejdsmarkedet.

||

Der er hver dag danskere, der må gå på arbejde med ondt i knæet, ryggen eller i skuldrene.

||

Mette Frederiksen, statsminister

Mange husker formentlig Arne Juhl fra valgkampen i 2019, hvor han blev kendt under sloganet: "Nu er det Arnes tur". Retten til tidlig pension var et af Social-

demokratiets største valgløfter, og det var da også tydeligt, at tirsdagens præsentation i Horsens var vigtig for regeringen.

Statsministeren havde nemlig taget yderligere tre ministre med sig til Horsens; Nicolaj Wammen, der er finansminister, Peter Hummelgaard, der er beskæftigelsesminister, og Morten Bødskov, der er skatteminister.

Mange slagterimedarbejdere tilgodeses

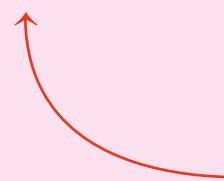
Da Mette Frederiksen klokken 13.00 bød velkommen foran de cirka 40-50 journalister og mediefolk, der sendte live fra teltet til hele Danmark, var det med en tak til Danish Crown for at have stillet de gode faciliteter til rådighed for dagens pressemøde.

Herefter fremlagde statsministeren kernen af det nye forslag: "De danskere, som har arbejdet længst, skal kunne gå på pension før alle andre". Et forslag, som ifølge statsministerens medbragte graf betød, at mere end 60 pct. af medlemmerne i Fødevareforbundet NNF kan gå tidligere på pension.

- Der er hver dag danskere, der må gå på arbejde med ondt i knæet, i ryggen eller i skuldrene. Vi vil indføre en ordening for jer, der i lang tid har betalt skat og knoklet i de allerhårdeste job. I skal have mulighed for at stoppe, inden I er slidt helt ned, sagde statsministeren.

Duel i teltet

Mens ordet gik fra minister til minister, noterede journalisterne i rummet flittigt på deres notesblokke





Fire ministre var mødt op for at præsentere regeringens udspil om tidlig pension.

og ventede på at få stillet deres skarpe, opklarende spørgsmål.

Regnen, der havde præget Horsens om formiddagen, var afløst af solen, og varmen i teltet var kraftigt stigende. Der var optakt til lokalt tordenvejr på pressemødet i teltet.

Den tidligere Se & Hør-chef Henrik Qvortrup var i vanlig stil aggressiv og højrøstet i sine spørgsmål. Det samme var Ekstra Bladet, mens TV2 ville høre, om Mette Frederiksen var klar til at udskrive et valg, hvis hun ikke kunne få forslaget om ret til tidlig pension igennem i Folketinget.

Lige så forudsigeligt de mange spørgsmål fra salens journalister var, ligeså forudsigelig var roen og forsøget på ikke at svare alt for konkret på eksempelvis spørgsmål om et muligt valg, da de fire ministre svarede på de mange spørgsmål.

Smil, billeder og gode fornemmelser

Efter en times tid med pressemøde og opfølgende spørgsmål lukkede statsministeren seancen, og de fremmødte journalister og tv-stationer kunne nu snakke med ministrene på to-mands-hånd.

Statsministeren havde dog et travlt program, så hun trak sig ud i sit private telt backstage. Omgivet af liv-

vagter og medarbejdere fra Statsministeriet fik Mette Frederiksen pusten og en tår vand efter pressemødet. Hendes ministerbil var allerede kørt frem og ventede på at tage hende det næste sted hen.

“

Der var smil på alles læber efter dagens arrangement.

”

Danish Crowns bestyrelsesformand Erik Bredholdt var sammen med de øvrige Danish Crown-medarbejdere, der havde knoklet for at få tirsdagens pressemøde til at blive en realitet, også backstage for at tage afsked med Mette Frederiksen.

Der var smil på alles læber efter dagens arrangement. Også statsministerens, der stillede op til et par billeder, inden hun skulle videre. Teltene, toiletvognene og den overdækkede terrasse kunne herefter blive pillet ned, og parkeringspladsen kunne igen blive en parkeringsplads. ●



Statsministeren og beskæftigelsesministeren fik en rundtur på slagteriet i Horsens inden pressemødet.

Tekst: Daniel Winther Pedersen | Foto: Red Star Photography

Klimaindsats bliver synlig i køledisken

Danskerne vil gerne handle mere klimavenligt, og de vil gerne hjælpes, når de står ved køledisken. Derfor bliver andelshavernes klima-fremskridt nu tydelige på bakker med grisekød fra Danish Crown.

*Klimakontrolleret
Gris-kampagnen
skal sætte fokus på
grisene fra Danish
Crowns ejere.*

39 procent af danskerne synes, at det er vigtigt at handle bæredygtigt. Men mange danskere finder det svært at træffe det klimavenlige valg, når de står ved køledisken. Faktisk mener kun én ud af fem, at det er nemt at handle bæredygtigt. Det viser en ny undersøgelse foretaget i juli 2020 for Danish Crown af konsulenthuset Wilke.

Siden 2005 er klimaaftrykket på et kilo dansk grisekød fra Danish Crown reduceret med 25 pct. Det budskab vil fra i dag være tydeligt på emballagen, så det bliver lettere for forbrugerne at træffe et mere klimavenligt valg, når de står ved køledisken i mere end 90 pct. af de danske dagligvarebutikker.

- Gris er mere klimavenligt, end de fleste tror, og i jagten på en mere bæredygtig fremtid for fødevarer vil vi i Danish Crown halvere klimaaftrykket fra et kilo dansk grisekød i 2030 og være klimaneutral i 2050. Vi har sammen med andelshaverne forpligtet os til at gøre det en lille smule bedre hver dag. Nu forpligter vi os overfor forbrugerne ved hele tiden at fortælle dem, hvor langt vi er kommet, siger Mette Færch, direktør for marketing og innovation i Danish Crown, og fortsætter:

- I dag skal forbrugerne navigere i en jungle af informationer om fødevarernes klimaaftryk. Der er forskel på kød, og med det nye klimabudskab på emballagen til vores klimakontrollerede gris viser vi, at man ikke kan skære alle grise over én kam. Der er sågar stor forskel på grise, der, afhængigt af hvor de er vokset op, har forskellige klimaaftryk. Klimaaftrykket fra grisekød fra Danish Crown er reduceret med 25 pct. pr. kg. siden 2005. Det betyder, at vores grisekød nærmer sig kylling, når man ser på klimaaftrykket.

En konstant forbedring

Kampagnen er et resultat af Danish Crowns bæredygtighedscertificering Klimavejen, hvor andelshaverne har leveret bæredygtighedsdata for hver enkelt besætning. Samtidig har Danish Crown også på fabrikkerne leveret besparelser, og det bliver til sammen til de 25 pct. siden 2005.

Allerede nu kommer 90 pct. af de danske grise, svarende til 10,5 mio. grise årligt, fra klimacertificerede gårde. I slutningen af 2020 gælder det for 100 pct. cirka 13 mio. grise årligt.

- Vores grisekød kan ikke blive klimaneutralt fra den ene dag til den anden. Men vi kan sætte et mål og



Danish Crown

25% mindre
klimaaftryk siden 2005.
Og vi skal videre.

klimakontrolleret.dk

sikre, at vi hele tiden forbedrer os. Det er lige præcis det, klimakontrolleret gris er udtryk for. Nu har vi nået den første milepæl med 25 pct. reduktion, og de kommende år vil vi bevæge os mod en halvering i senest 2030. Med lanceringen af det nye klimabudskab på emballagen til klimakontrolleret gris, bliver det nu nemmere for forbrugerne at følge og støtte landbruget i at blive endnu mere bæredygtige, siger Mette Færch.

Når den danske regering sætter mål for CO₂-reduktion, så sker det med 1990 som udgangspunkt. Danish Crown beregner klimaaftrykket i forhold til 2005, da der ikke på nuværende er indsamlet et tilstrækkeligt datasæt til at beregne forbedringerne med 1990 som udgangspunkt.

Du kan læse mere om kampagnen og de forskellige elementer i den på de næste sider i bladet. ●

*Danish Crowns
ejere har siden
2005 mindsket
klimaaftrykket
pr. kilo gris.*

Simpel tabletløsning gør en forskel i millionklassen

En ny tabletløsning til at kontrollere udbyttet fra slagterbotter og kvaliteten i skærestuerne på griseslagterierne har allerede vist at være en stor succes til trods for, at det er et relativt enkelt og billigt værktøj. Og succesen har potentiale til at vokse sig endnu større.

Teknologi behøver ikke være dyrt og bøvlet. Faktisk kan det være relativt billigt og være med til at gøre en forskel, når regnskabet gøres op. Det er tilfældet med en ny tabletløsning, der skal gøre det nemmere og mere effektivt at kvalitetssikre og optimere udbytterne.

- Vi har altid haft en opgave i at forsøge at optimere udbytterne og kvalitetssikre. Før gjorde vi det bare med pen og papir. Tabletløsningen har gjort arbejdet mere effektivt, og så har det sat målingerne i et system, der gør, at vi meget nemmere kan

analysere på tallene, siger Jesper Sørensen, fabrikschef på slagteriet i Sæby.

Det var Jesper Sørensen selv, der for et års tid siden begyndte at spekulere i, om man kunne gøre opgaven mere effektiv og bruge resultaterne bedre. Efter Jesper Sørensen havde vendt ideen med Factory Solutions afdelingen i Randers ad flere omgange, kom man frem til tabletløsningen.

||

Man kan godt sammenligne tabletløsningen med en sømpistol, hvor vores papir og pen førhen var en gammel hammer.

||

Jesper Sørensen, fabrikschef i Sæby

- Det første udkast til løsningen fik vi nogen udefra til at lave et tilbud på. Men deres bud var alt for dyrt og alligevel ikke helt det, vi ønskede os. Efter noget tid kom Jesper tilbage til os med en anden vinkel på løsningen, som vi fandt ud af, at vi faktisk godt selv kunne udvikle relativt simpelt og billigt. Det blev til den tabletløsning, de bruger i dag, siger Troels Hansen, IT-arkitekt i Factory Solutions.

Ideen blev større

Nu godt et år senere er kvalitetssikringsdelen af løsningen rullet ud på næsten alle griseslagterierne. Man mangler kun at gøre det helt færdigt i Ringsted og Rønne, hvor opsætningen er blevet forsinket af corona-pandemien.

Da Jesper Sørensen oprindeligt kom med ideen, var fokuset på at kvalitetssikre på skærestuerne. Men da den løsning var blevet en realitet og startet op i Sæby, kom det Jens Barslund Jacobsen og hans team, der arbejder med slagterbotterne, for øre.

- En dag fortalte Jesper Sørensen mig om systemet, de havde fået udviklet, og sammen bagte vi videre på løsningen og endte med at gøre det sådan, at man med løsningen også kan holde øje med udbyttet og kvalitet fra slagterbotterne. På den måde blev løsningen til et samlet værktøj til kvalitets- og udbyttekontrol, siger Jens Barslund Jacobsen, director in Production Standards.

Jens Barslund Jacobsen fortæller videre, at man tester robotternes maksimale udbytte og kvalitet ved at tage før- og efter- målinger ud fra forskellige indstillinger på den enkelte robot, indtil man finder den mest præcise indstilling, der giver det maksimale udbytte.

Gevinst økonomisk og fagligt

Det giver sig selv, at når man øger kvaliteten i skærestuerne og udbyttet





fra robotterne, så kan det mærkes i penge-kassen. Så meget, at det har været i millionklassen i Sæby alene. Men Jesper Sørensen understreger, at tabletløsningen er et værktøj, der effektiviserer en allerede eksisterende opgave.

- Man kan godt sammenligne tabletløsningen med en god sømpistol, hvor vores papir og pen førhen var en gammel hammer. For vi har jo altid haft den her opgave, men ligesom når man skifter en hammer ud med en sømpistol, så er vi nu blevet meget mere effektive. Men tableten i sig selv gør ingen forskel. Succesen afhænger af, hvordan den enkelte mester bruger det i hverdagen, siger fabrikschef Jesper Sørensen.

En af dem, der bruger den nye tablet, er Mads Bergen. Han er kvalitetsmester i Sæby og bruger den i sit daglige arbejde, når han behandler målingerne, de enkelte mestere laver med tableten på slagte-kæden og i skærestuen.

- Jeg har kun fået positive meldinger tilbage. Jeg tror, folk er glade for systemet, fordi vi jo alle sammen faktisk bliver bedre slagtere og mere opmærksom på det, vi kan lide, nemlig håndværket. Det er også utrolig nemt at bruge, og så har løsningen gjort, at man nu kun laver tiltag og projekter, der bygger på fakta, hvor

man førhen i højere grad gjorde det på maveførmelser, siger kvalitetsmester Mads Bergen.

Medarbejderne i Sæby kan følge med i resultaterne af målingerne på storskærmene, hvor systemet live-opdaterer, hvordan udbyttet er, og så kan de også følge med på skemaer, mestere som Mads Bergen hænger op fra deres målingsprojekter.

Brian Hansen, udbeningsmester i Sæby, er også glad for tabletløsningen.

- Det er et rigtig godt værktøj til at kvalitetsteste vores udskæringer, fordi det bliver så præcist, når det bygger på nøjagtige målinger. Og ikke nok med at det styrker håndværket, så kan medarbejderne også opnå en bonus, hvis kvaliteten er høj nok, så det er en win-win løsning for alle, siger Brian Hansen.

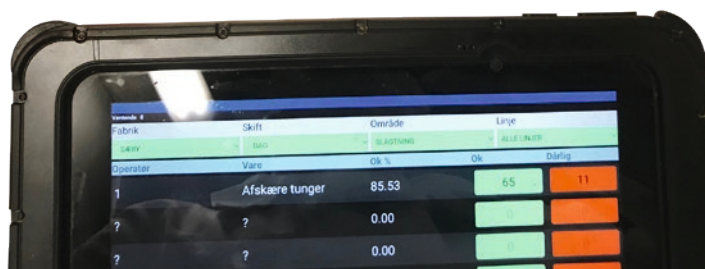
Fleksibelt system med stort potentiale

Tilbage på hovedkontoret i Randers har man også svært ved at få armene ned over

den nye tabletløsning, og de resultater man får fra arbejdet med den. Men på grund af corona-pandemien arbejder man stadig hårdt på at få rullet udbytte-kontrollen i løsningen ud på samtlige pork-fabrikker. Lige nu er det kun i Horsens, Sæby, Blans og Herning, at systemet kører 100%.

Tanken med tabletløsningen er dog også, at den skal være til gavn for alle dem, der kan bruge den.

- Nu er den jo startet ved Jesper Sørensen i Sæby, og nu er den lige så stille ved at komme ud på alle griseslagterierne. Men fordi systemet er så billigt og nemt at justere, så er vi overbevist om, at fabrikker i eksempelvis Foods eller Beef også kunne få en økonomisk gevinst af løsningen. Der er stadig meget uforløst potentiale, siger Troels Hansen. ●



Tabletten sparer mestrene en masse tid i hverdagen.

Håndboldspiller fra Okinawa blev genforenet med pork luncheon meat i Vejle

Ayaka Ikehara er født og opvokset på den japanske ø Okinawa, men hun har de seneste tre år spillet håndbold i Danmark. Det betyder dog, at hun savner Tulips pork luncheon meat, som er stort på Okinawa, men som ikke kan købes i Danmark.

Tekst og foto: Daniel Winther Pedersen

Alle mennesker har en eller flere madvarer, som er symbolet på deres barndom. Det kan være mors frikadeller, fars lasagne eller noget tredje.

For japanske Ayaka Ikehara er det Tulips pork luncheon meat.

Ayaka Ikehara er født og opvokset på den japanske ø Okinawa, men de seneste tre år har hun spillet professionel håndbold i Danmark. Først tre sæsoner i Nykøbing Falster Håndboldklub, og i næste sæson skal hun tørne ud for Odense Håndbold. Derudover er Ayaka Ikehara på det japanske landshold.

Den 29-årige håndboldspiller har i hele sin opvækst på Okinawa været vant til at spise Tulips pork luncheon meat i alverdens afskygninger. Det kunne være til morgenmad, på madpakken eller til aftensmad.

Men siden Ayaka Ikehara er flyttet til Danmark, har hun måttet undvære Tulips pork luncheon meat. Lige indtil hun tirsdag var på besøg på Danish Crown Foods' fabrik i Vejle, hvor pork luncheon meat produceres, og det var et glædeligt gensyn for den japanske håndspiller.

- Jeg har spist rigtig meget pork luncheon meat i mit liv. Til morgenmad er det bare at stege det på en pande, til aften kan det være i en wok sammen med grøntsager, men det kan også være sammen med ris, æg og tang. Det er meget populært på Okinawa, og jeg har savnet det rigtig meget, siden jeg flyttede til Danmark, hvor jeg ikke kan købe det, siger Ayaka Ikehara.

Gensyn med pork luncheon meat

Ayaka Ikehara havde henvendt sig til Henning Faber,

der er director for eksport i International Sales i Danish Crown Foods, og han har også ansvaret for salget på Okinawa.

Ayaka Ikehara har sommerferie nu, inden træningen til den nye håndboldsæson begynder i juli, og derfor ville hun gerne se, hvor en af hendes yndlingsfødevarer, Tulips pork luncheon meat, bliver produceret.

Henning Faber havde arrangeret en frokost på fabrikken for Ayaka Ikehara og hendes veninde, der var med på turen til Vejle.

Ayaka Ikehara kunne slet ikke skjule sin begejstring, da hun så, at frokosten bestod af et fad med pandestegt pork luncheon meat. Derudover var der klassisk dansk smørrebrød.

Mens veninden valgte det danske smørrebrød, spiste Ayaka Ikehara ikke mindre end fire stykker pandestegt pork luncheon meat til frokost.

Ayaka Ikeharas veninde fortalte, at hun tidligere har sagt til Ayaka Ikehara, at hun da bare kunne stege fersk gris i stedet for pork luncheon meat, men

Ayaka Ikehara var glad for at blive genforenet med pork luncheon meat.





Henning Faber, der er director i International i Danish Crown Foods, fortalte om pork luncheon meats historie på Okinawa.

Ayaka Ikehara havde svaret kontant, at det slet ikke var det samme.

- Jeg har virkelig savnet det her. Jeg besøgte mine forældre hjemme på Okinawa i december, og jeg har ikke fået pork luncheon meat siden dengang, og man kan slet ikke få noget i Danmark, som minder om det, siger Ayaka Ikehara.

Okinawa i mere end 60 år

Det er dog ikke kun Ayaka Ikehara, som har et stærkt forhold til Tulips pork luncheon meat på Okinawa. Den japanske ø er nemlig en af de store markeder for Tulip pork luncheon meat, selvom der "kun" bor 1,4 millioner indbyggere på Okinawa.

Danish Crown Foods har nemlig solgt pork luncheon meat til Okinawa i mere end 60 år, fortæller Henning Faber, og selvom der kun bor 1,4 millioner indbyggere

på øen, sælger Danish Crown Foods over 4.000 tons pork luncheon meat til Okinawa hvert år.

- Jeg har besøgt Okinawa mere end 100 gange, og det er tydeligt, at de holder rigtig meget af vores pork luncheon meat. Derfor er det også skønt at have besøg af Ayaka Ikehara og fortælle hende om vores historie med Okinawa og samtidig høre hende fortælle om, hvad Tulip har betydet for hendes opvækst, siger Henning Faber.

Ayaka Ikehara's besøg på Danish Crown Foods-fabrikken i Vejle gæmte også på en lille overraskelse til den japanske håndboldspiller. Henning Faber havde nemlig sørget for to kasser med pork luncheon meat til Ayaka Ikehara, så japaneren kan drømme sig hjem til Okinawa, når hun laver mad i sit hjem i Odense. ●

Pause-Kroge

Sådan løser du Soduko

Sudoku udfyldes ved at skrive tal i de tomme felter, så hver vandret række, hver lodret række og hver af 3x3-kasserne indeholder tallene 1-9.

God fornøjelse!

		7	3	4				
4						1	8	6
	9	2						7
				6	3		9	
	4		5		7		2	
	7		4	8				
2						8	1	
8	1	3						5
			3	1		9		

A - Let

		4		1		5				
				9				1	8	6
		1	7	8	6					
						3	8		4	
				7		8				
2		5	4							
					1	6	4	9		
6	5	1				9				
				3		7		5		

B - Svær

Mou får nyt design til den kommende suppesæson

Til at kickstarte den kommende suppesæson får samtlige supper og suppefyld fra Mou et opfrisket logo og emballagedesign fra uge 34. Det skal være med til at give udseendet et moderne twist og i højere grad appellere til en yngre målgruppe.

Det klassiske udseende fra Mou kommer til at se anderledes ud, når du ser produkterne ude i butikkerne. I anledningen af den kommende suppesæson har både logo og emballage nemlig fået en overhaling, så det fremstår mere moderne.

- Vi har valgt at pifte emballagen og logoet lidt op for at sikre os, at vi følger med tiden. Fordi selvom supperne har et rigtig godt momentum og klarer sig fint salgsmæssigt, vil vi gerne fastholde det tryk og forhåbentlig øge det ved at appellere til en bredere målgruppe. Det er ikke nogen hemmelighed, at vi gerne vil appellere til en yngre målgruppe, siger Kristian Spaabæk, Senior Category Manager for Convenience i Danish Crown Foods.

Respekt for udgangspunktet

Selvom emballagen og logoet har fået en opfriskning, understreger Kristian Spaabæk, at man har været meget bevidst om, at de frosne supper stadig skal være genkendelige, når man ser dem nede i butikken.

- Vi har altid ment, at der skulle være respekt for, hvor supperne kommer fra. Vi ville ikke gøre vold på det traditio-

nelle udseende, supperne er kendt for. Så i stedet for at kalde det et helt nyt udseende, kan man kalde det en moderne opdatering, siger Kristian Spaabæk, Senior Category Manager for Convenience i Danish Crown Foods.

Som du kan se på billedet nedenunder, er grundtrækkene i udseendet stadig de samme. Man har bibeholdt den sorte emballage, men givet den mere foodappeal med ingredienser fra suppen rundt om afbildningen af suppen på emballagen. Logoet er blevet frisket op med en ny skrifttype og baggrund, så det fremstår friskt med resten af udseendet.

Ikke fra den ene dag til anden

Selvom det nye udseende bliver lanceret officielt i uge 34, skal man ikke blive

forvirret over, hvis man ser den gamle emballage ude i butikkerne de kommende uger.

- Det nye design er jo først blevet indført officielt i uge 34, så man vil i de kommende uger stadig kunne finde den nu gamle emballage, da vi ikke ser nogen grund til at smide en masse ubrugt emballage ud. Vi forventer, at al emballagen er blevet skiftet ud i slutningen af september. Faktisk har der også været enkelte produkter, der har haft den nye emballage før uge 34. Men vi glæder os selvfølgelig til, at den nye emballage har fået overtaget den gamle, og vi tror meget på, at det har den ønskede effekt, siger Kristian Spaabæk, Senior Category Manager for Convenience i Danish Crown Foods. ●



Pausekrogen

Her er løsningerne på Sudokuopgaverne på side 29.

1	8	7	6	3	4	2	5	9
4	3	5	2	7	9	1	8	6
6	9	2	8	5	1	3	4	7
5	2	8	1	6	3	7	9	4
3	4	1	5	9	7	6	2	8
9	7	6	4	8	2	5	3	1
2	6	9	7	4	5	8	1	3
8	1	3	9	2	6	4	7	5
7	5	4	3	1	8	9	6	2

Løsning A

8	4	6	1	3	5	2	7	9
5	2	3	9	7	4	1	8	6
9	1	7	8	6	2	5	4	3
1	7	9	6	5	3	8	2	4
3	6	4	7	2	8	9	1	5
2	8	5	4	9	1	3	6	7
7	3	8	5	1	6	4	9	2
6	5	1	2	4	9	7	3	8
4	9	2	3	8	7	6	5	1

Løsning B

3. august - 4. oktober 2020

Jubilareer



Pork

Blans

19. august
35 års jubilæum
**Jørgen Høck
Michaelsen**
Slagtegang aften

Herning

20. august
30 års jubilæum
**Kurt Haahr
Engstrøm**
Opskæring

26. august

35 års jubilæum
Poul Søby Nielsen
Frysehus

3. september

30 års jubilæum
**Lennart
Kristiansen**
Slagtegang

Horsens

13. august
30 års jubilæum
**Frank Brian
Kristensen**
IT

1. september

45 års jubilæum
Kurt B. Rasmussen
Opskæring

16. september

35 års jubilæum
Palle Bækgaard
Forender

29. september

40 års jubilæum
**Lars Damtoft
Lindstrøm**
Slagtegang

Randers

4. august
45 års jubilæum
Jens Andersen
Pork Food Safety

1. oktober

25 års jubilæum
Elo Høgh Bromer
Global IT

1. oktober

25 års jubilæum
Joan Eisberg
Ejerservice

Ringsted

6. august
30 års jubilæum
**Michael Bohn
Christensen**
Arbejdsstudie

1. september

35 års jubilæum
Margrethe Jensen
Audit Group

3. september

30 års jubilæum
**Hanne Brendstrup
Andersen**
Økonomi afd.

Sæby

7. august
25 års jubilæum
Jørgen Sørensen
Kam afdelingen

14. august

25 års jubilæum
**Jacob K. Buskov
Kjeldsen**
Værksted

21. august

25 års jubilæum
Bo Frank Nielsen
Kam afd.

21. august

25 års jubilæum
Adnan Bajaska
Kam afd.

4. september

25 års jubilæum
Dan Olesen
Brystflæsk

Beef

Holsted

4. oktober
25 års jubilæum
Jesper Klauw
Slagtegang

Sdr. Felding

23. august
25 års jubilæum
**Michael Heiner
Holm**
Detailpakkeri

Aalborg

1. oktober
35 års jubilæum
Helle Christensen
Administration

1. oktober

35 års jubilæum
**Walther
Christensen**
Administration

1. oktober

30 års jubilæum
**Palle Dalgård
Sørensen**
Aalborg Factory
Beef

Dat-Schaub

Horsens

9. september
35 års jubilæum
**Flemming Bo
Nielsen**

Foods

Esbjerg
20. august
30 års jubilæum
Annette Kristensen
Suppe afd Nat



Herning Detail

4. september
25 års jubilæum
Ivan Nymann
Palle Eksp. Dag

Kolding

19. august
40 års jubilæum
John Brandtlund
Mestersvend

Svenstrup

29. august
25 års jubilæum
Jesper Grundtvig
Salami Slice

5. september

25 års jubilæum
**Rikke Hjelm
Hansen**
Pølsepakning

27. september

25 års jubilæum
Dorte Homfeldt
Fabrikskvalitet

Vejle Nord

12. september
40 års jubilæum
Palle Petersen
Pølsemageri

16. september

35 års jubilæum
**Lars Amløv
Jørgensen**
Pakkeri

Aalborg

18. august
30 års jubilæum
Anette Jensen
Stegelinie

Her er redaktionsudvalget

Her kan du se, hvem der sidder i Krogens redaktionsudvalg. De sparrer med journalisterne, der skriver artiklerne i Krogen, kommer med forslag og giver efterkritik.



Flemming Nielsen
Slagteri-arbejder,
Danish Crown
Pork
Herning



Lars Steffensen
Arbejds miljø- og miljø-repræsentant,
Danish Crown
Pork
Ringsted



Henning Lønstrup
Tillidsmand,
Danish Crown
Beef
Aalborg



Ole Carlsen
Fabriksdirektør,
Danish Crown
Pork
Blans og
Skærbæk



Henrik Rafn
Tarmreenser,
talsmand,
DAT-Schaub
Horsens



Naja Lennert
Produktions-medarbejder,
Danish Crown
Foods
Svenstrup



Arne Skov
Produktions-medarbejder,
Danish Crown
Beef
Holsted



Charlotte Vollmer
HR-konsulent
Danish Crown
Pork
Sæby



Michael Ravn
Kommunikationsansvarlig,
intern kommunikation
Danish Crown
Group



Daniel Winther Pedersen
Redaktør
Danish Crown
Randers



Har du en god ide?

Har du en idé til en historie? Er der en artikel, du savner at læse i dit medarbejderblad? Eller et emne, du synes, trænger til at blive sat fokus på? Så grib fat i dit lokale medlem af redaktionsudvalget eller mail til Krogens nyhedsmail newsroom@danishcrown.com

Generationer af familier er et kvalitetsstempel

“
Vores medarbejdere har lyst til at være ambassadører for, at andre skal gøre karriere hos os.

”
*Jais Valeur,
koncernchef*



Det mest dyrebare for forældre er deres børn, og man ønsker kun det bedste for sine børn.

Når vi så har medarbejdere, der ønsker, at deres børn skal gøre karriere i vores virksomhed, betyder det, at vi har gjort noget rigtigt.

Som man kan læse i dette nummer af Krogen, er der mange historier i Danish Crown-koncernen, hvor generationer af den samme familie har arbejdet i vores virksomhed i flere årtier. Man kan læse om faren, der foreslog sine sønner at blive slagter hos os, ligesom hans egen far foreslog ham det.

Det tolker jeg som om, at vi har medarbejdere, der vurderer, at det giver muligheder at arbejde i Danish Crown-koncernen, og at vi har en kultur, som er god, og som medarbejderne er stolte af at være en del af.

Det er vigtigt for os, at vi er en attraktiv arbejdsplads, og at vores medarbejdere har lyst til at være ambassadører for, at andre skal gøre karriere hos os. Hvad enten det er familiemedlemmer, venner eller bekendte.

Der bliver formentlig færre af de historier, hvor tre generationer af én familie alle arbejder hos Danish Crown i et helt arbejdsliv. Folk skifter oftere job i dag, end man gjorde for 50 år siden, og udviklingen går hurtigt.

Vi har dog heldigvis stadig mange medarbejdere, der i disse år fejrer 20-, 30- og 40 års-jubilæum hos os. Men ligesom børn er det mest dyrebare, forældre har, er

vores medarbejdere det vigtigste, vi har. Dem skal vi passe på, for det er dem, der skal sørge for, at vi bliver ved med at flytte os fremad og blive endnu bedre, end vi er i dag.

Det er de medarbejdere, der sammen med vores ejere skal sørge for, at vi når vores mål om at reducere vores klimaaftryk med 50 pct. i 2030, og at vi skal være helt klimaneutrale i 2050. Det er store opgaver og store mål, og det vil kræve dygtige medarbejdere at nå derhen.

Derfor gør det mig glad og stolt at læse i dette nummer af Krogen om familierne, der har arbejdet hos os i flere generationer. Og at de samme familier er stolte af det. Det samme med andelshaveren, der nu har overgivet leverandørnummeret til den tredje generation på bedriften.

Vi skal fortsætte med at være en attraktiv arbejdsplads. En arbejdsplads man som medarbejder har lyst til at være ambassadør for. Det skal vi alle bidrage til, så vi i fremtiden kan være stolte over de resultater, vi opnår. ●

A handwritten signature in white ink that reads "Jais". The signature is stylized and fluid.