



Årsberetning 2007-2008

Det har været et udfordrende og til tider vanskeligt år for både Friland som selskab og for vore leverandører.

På leverandørsiden har året været præget af, at økonomien i stigende grad har været presset – primært som følge af stigende foderpriser.

I Friland har vi oplevet, at der er sket store ændringer i markedet. Især inden for økologisk svinekød har der været en stor vækst i udbuddet på det europæiske marked, samtidig med at efterspørgslen især i England er bremset op som effekt af bl.a. finanskrisen. Det har gjort det endnu vanskeligere for vores leverandører af økologisk svinekød, da de samtidig med de stigende foderpriser har haft en nedgang i tillægget.

Midt i udfordringerne må vi ikke glemme det, der er gået godt i året. Leverandørerne af Frilandsgrise har fået stigende tillæg hen over året og er derfor ikke blevet ramt så hårdt af foderpriserne.

Inden for oksekød har vi haft et godt og stabilt år. Indtjeningen hos leverandørerne er naturligvis også her ramt af stigende omkostninger, men takterne er gode og markedet efterspørger produkterne. Økologisk oksekød samt Friland Limousine har rent tillægsmæssigt oplevet det bedste år til dato.

En stor succes i året har været lanceringen af Friland Kødkvæg. Vi er utrolig glade for, at vi nu kan tilbyde alle producenter af kødkvægsracer i Danmark et tillæg for deres gode dyr. Det har været efterspurgt i mange år og er nu en realitet. Konceptet er nyt og banebrydende, og der skal derfor arbejdes videre med det de kommende år for at få det optimeret – men nu er vi i gang.

I erkendelsen af, at der skal en systematisk indsats til for at udvikle produktionen af grise på friland, har vi i år indledt et samarbejde med Dyrenes Beskyttelse om at etablere et udviklingscenter, der skal være med til at udvikle og afprøve den alternative svineproduktion. Formålet er at give vore leverandører af både økologiske grise og frilandsgrise mulighed for at vælge nyt udstyr og produktionsmetoder, der er nøje afprøvet, i stedet for selv at skulle være forsøgsbrug for nye ideer og tiltag. Vi har store forventninger til, at dette kan være med til at udvikle produktionen af grise på friland og ruste leverandørerne til fremtiden.

Igen i år har vi haft en række spændende nye tiltag og aktiviteter, nogle af dem kan I læse om i denne årsberetning. Tak til alle vore leverandører for samarbejdet gennem året.

DEL 1

vækst og udfordringer

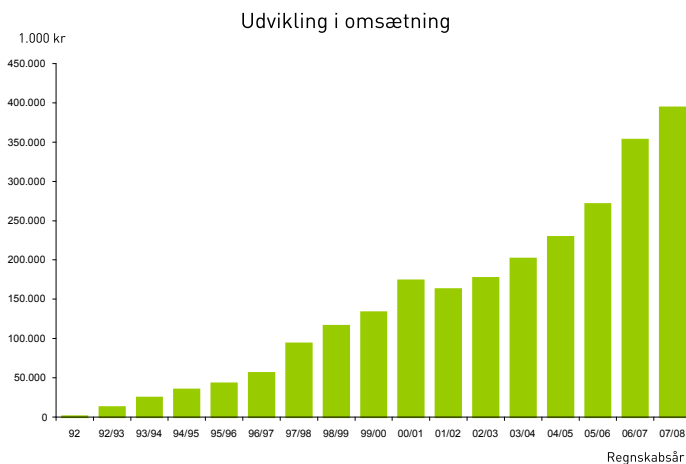
1. Resultaterne

Øget salg af alle produkter

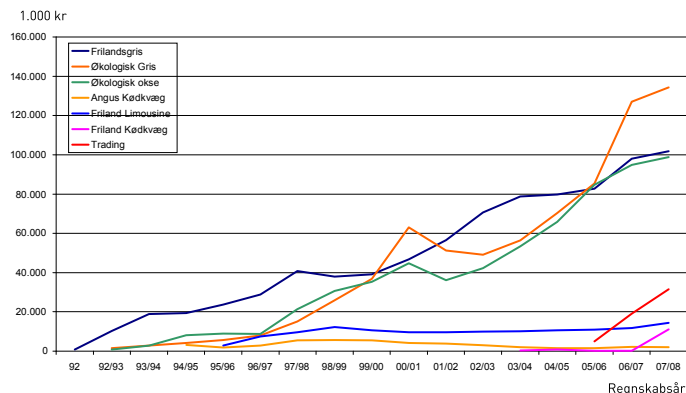
Friland A/S har i 2007/08 solgt mere kød end nogen-sinde. Omsætningen er steget på alle de væsentligste produkt-grupper og er inkl. datterselskaber i alt nået op på 474 mio. kr. Det er en vækst på 17 pct. i forhold til sidste år.

Den største andel af omsætningsvæksten stammer fra Frilands datterselskab Jürgen Hansen GmbH, samt fra Frilands store satsning i året; Friland Kødkvæg. Væksten i omsætningen af økologisk svinekød har også bidraget godt, mens økologisk oksekød, Frilandsgris samt Friland Limousine har bidraget til væksten i mindre målestok.

Procentmæssigt har Friland Limousine været højde-springeren med en flot omsætningsvækst på 23 pct.



Omsætningsudvikling pr. produktgruppe



Pengene ud til landmanden

Året har været præget af meget høje foderpriser, hvilket har strammet økonomien ude hos landmændene. Friland A/S har ligeledes oplevet et turbulent år for den økologiske svinekødsafsætning, hvor indtjeningen specielt i anden halvdel af regnskabsåret har været under hårdt pres.

Efter nogle år med rigtig god indtjening har det på grund af høje foderpriser været væsentligt at udbetale mest muligt løbende i tillæg til vore leverandører. Årsresultatet lever derfor ikke op til de forventninger, vi havde ved årets begyndelse. Resultatet i Friland A/S før skat og udbetaling af resttillæg er på 2.006.000 kr. Resultatet efter skat og udbetalt resttillæg inkl. datterselskaber ender på -1.244.000 kr. Bruttofortjeneste efter resttillæg blev 5,3 pct., hvilket er lavere end sidste år, hvor selskabet konsoliderede sig ekstraordinært som følge af et rigtig godt år.

NØGLETAL (Friland inkl. datterselskaber)

Resultat før skat og resttillæg	2.006.000 kr.
Resttillæg	4.021.000 kr.
Bruttofortjeneste efter resttillæg	
i pct. af nettoomsætningen	5,3 pct.
Egenkapitalens forrentning	-6 pct.
Antal medarbejdere	30
- Heraf i Danmark	23

Tillæg

I alt er der udbetalt godt 121 mio. kr. i tillæg (inkl. resttillæg). Det er en stigning på 19 mio. kr. i forhold til sidste år.

Tillægget på alle kategorier af økologiske kreaturer steg henover året. Tillægget på Limousinen holdt sig stabilt hele perioden. Tillægget på Frilandsgrisen steg fra 2,60 kr./kg til 3,00 kr./kg. Til gengæld er tillægget på økogrisen i løbet af året faldet fra 15,15 kr./kg til 10,00 kr./kg som følge af svækket indtjening, men også her har Friland udbetalt højst muligt tillæg set i forhold til den samlede indtjening.

To af Frilands leverandørgrupper har på trods af udbetalingspolitikken optjent resttillæg. Indtjeningen på økologisk oksekød har været stigende hen over året, hvilket betyder, at de økologiske kvægleverandører ved årets afslutning har opsamlet et resttillæg på 0,65 kr./kg. Friland Limousineleverandører har opsamlet et resttillæg på 1,30 kr./kg.

RESTTILLÆG

Økologisk kvæg	0,65 kr./kg.
Friland Limousine	1,35 kr./kg.

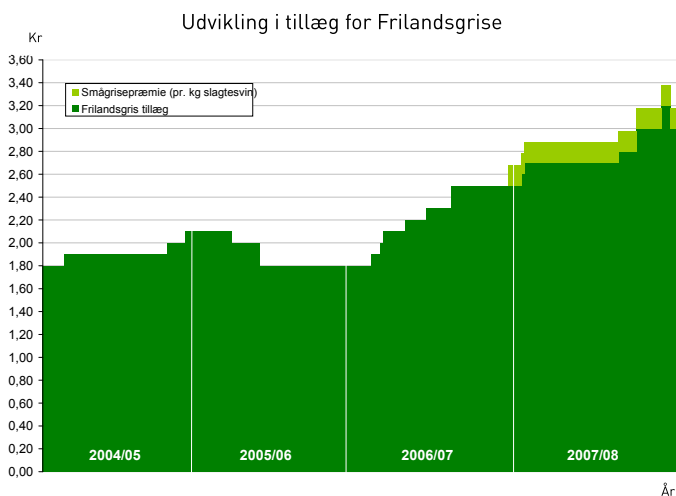
2. Produkter

Frilandsgris

Der er slagtet 88.000 Frilandsgrise i år. Det er en nedgang på 13 pct. i forhold til sidste år. De færre grise har medført en endnu højere udnyttelsesgrad, hvilket har betydet, at tillægget til slagtesvinene er steget fra 2,6 kr./kg ved årets start til 3,0 kr./kg ved slutningen af regnskabsåret. Et par uger har tillægget endda ligget på 3,2 kr./kg. Dertil kommer smågrisepræmien, der omregnet svarer til 18 øre/kg slagtesvin.

Gennemsnitligt er der udbetalt 2,86 kr./kg for de godkendte Frilandsgrise. Det er en stigning på 67 øre i forhold til sidste år. Dertil kommer at leverandørerne endnu engang har forbedret godkendelsesprocenten. Denne gang fra 72,2 pct. til 74,7 pct.

Med respekt for den vanskelige situation, som alle svineproducenter har haft, har det afsætningsmæssigt, og når det kommer til merværdi for produkterne, nok været det bedste år til dato for Frilandsgrisen.



Trods nedgangen i slagtingerne er det lykkedes at hæve omsætningen med 4 pct. som følge af bedre udnyttelsesgrad og stigende priser. Stigningen stammer fra vækst i salget af detailpakket kød til SuperBest kæden, som i

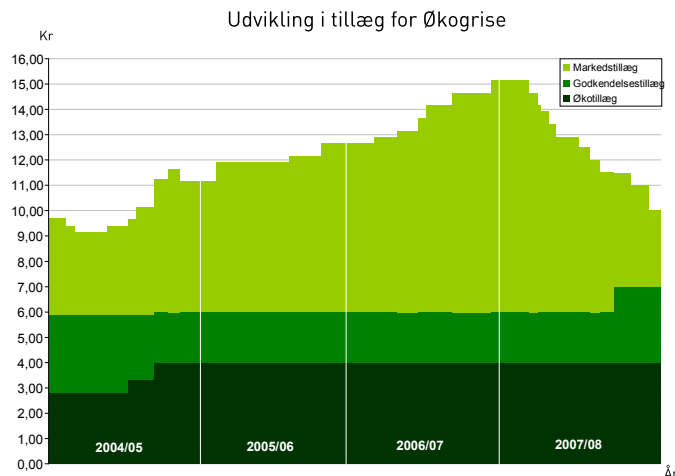
stadig stigende omfang er begyndt at aftage hakkekødsprodukterne som detailpakkede produkter.

Et vigtigt tiltag, som er sat i gang i slutningen af året i samarbejde med Dyrenes Beskyttelse, er certificeringen af slagterafdelingerne i SuperBest, der skal være med til at gøre slagterne bedre til at fortælle den gode historie til forbrugerne (Læs historien; "Slagtere med forstand på dyrevelfærd" side 26).

Produkterne som produceres af det irske firma Oliver Carty med Frilands brand, er i år kommet på hylderne i to højprofil-butikker i London; WholeFoods og Harrods. (Læs historien "branding succes i England" side 20).

Økologisk svinekød

Efter i flere år at have haft en mangelsituation er slagtingerne øget fra 53.700 grise til 78.000 slagtede grise i år. Dette har sammen med et øget udbud på de øvrige europæiske markeder betydet, at der nu er rigeligt med økologiske grise. Tillægget er faldet fra 15,15 til 10,00 kr/kg, henover året. I gennemsnit er der udbetalt 11,53 kr./kg i tillæg, hvilket er 3,5 kr. mindre end sidste år.



Omsætningen af økologisk svinekød har været på 134 mio. kr. Det er en vækst på 6 pct. i forhold til sidste år.

På hjemmemarkedet har der været god vækst i omsætningen, der er steget med 28 pct. Det er primært salget af detailpakkede varer, der er steget som følge af, at flere detailkæder har markedsført økologi og herunder også økologisk kød mere offensivt, samtidig med at flere discount kæder også er begyndt at markedsføre kødet.

Der har også været en god omsætning til vore "gamle" industrikunder, og i slutningen af året er Tulip begyndt at afsætte økologiske produkter (læs historien; "Det bedste fra alle verdener" side 34).

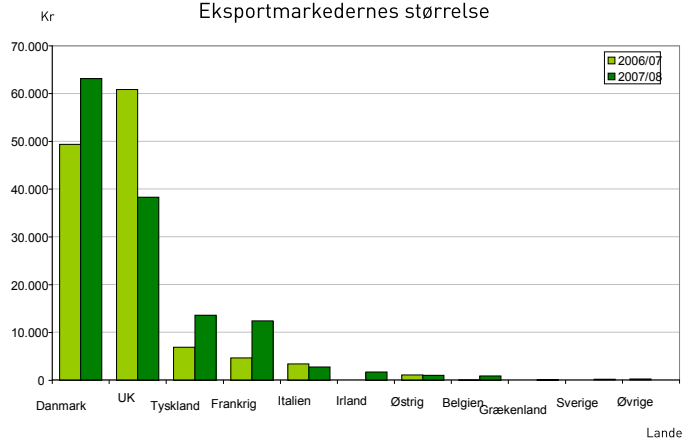
Eksporten har udgjort 53 pct. af svinekødsomsætningen. Det er et fald i forhold til de foregående år, hvilket skyldes en svigtende afsætning på det engelske marked.

England har gennem flere år været Frilands mest lukrative eksportmarked med stor afsætning til markedets bedste priser. Størstedelen af den afsætning har vi mistet, og selvom vi allerede er godt igang med at opbygge alternative afsætningskanaler, er det endnu ikke lykkedes at opveje det store tab af omsætningen ved øget salg på de øvrige eksportmarkeder.

Der er tre forklaringer på, at England ikke har været så attraktiv som tidligere:

- 1) Længere tids stigende efterspørgsel på økologisk kød har presset øko-tillæggene til landmændene op. Det har fået flere engelske landmænd til at lægge om til økologisk svineproduktion.
- 2) Den engelske efterspørgsel er stagneret.
- 3) Det engelske pund er faldet til laveste niveau i mange år, hvilket betyder at provenuet for varer til England er faldet.

Eksportmarkedernes størrelse



England er stadig vores største eksportmarked. Vi har afsat en stor mængde økologisk kød til vores kunder til forædling og private label produkter til kæderne. I samarbejde med den irske virksomhed Oliver Carty har vi også haft et vigtigt gennembrud for vores strategi om at begynde at afsætte brandede produkter (Læs historien "Branding succes i England", side 20). Men udviklingen på det engelske marked har betydet, at det har været nødvendigt at begynde at arbejde meget intensivt med andre markeder i Europa.

Den irsk/engelske branding-succes har fået os til at arbejde efter samme mønster med andre partnere i Europa. I Belgien har vi startet et samarbejde med to forædlingsvirksomheder om at udvikle et sortiment bestående af bl.a. kogte og tørrede skinker, paté og bacon.

Eksporten til Frankrig har udviklet sig rigtig godt i løbet af året, hvor vi har fået en fast aftager til økologiske skinker. Vi har store forventninger til udviklingen på markedet også fremover, hvor det fra det nye år vil være muligt at få det franske økologimærke AB på produkterne.

Ud over den gode udvikling i vores datterselskab Jürgen Hansen, har der også været en stigning i den direkte eksport fra Danmark til tyske kunder.

Vi har i løbet af året fået en aftale med Axfood i stand. Den svenske detailkæde aftager nu de grise, som Friland slagter i Sverige. Inden for den svenske cateringbranche har der også især i slutningen af året været succes med at afsætte dansk svinekød. (Læs historien "Exportfremstød i Sverige", side 24).

For at styrke indsatsen på det italienske marked har vi fået en af Danish Crowns sælgere i Italien dedikeret til på deltid at afsætte økologiske produkter. Det har i slutningen af regnskabsåret resulteret i nogle sendinger af skinker til italienske kunder, men indtil videre i små mængder.

Økologisk oksekød

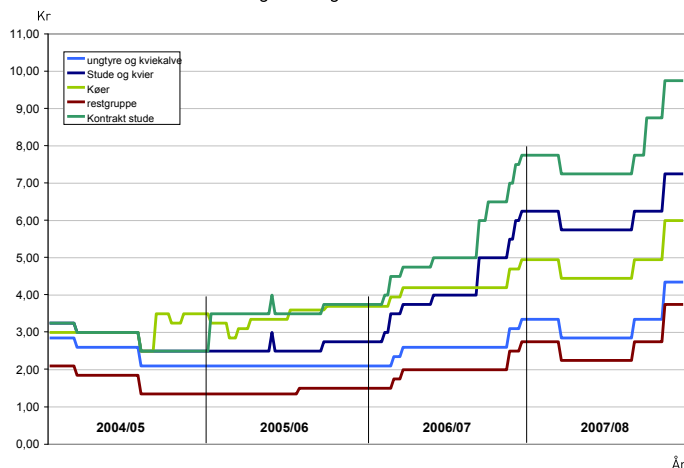
Der er slagtet stort set samme mængde økologiske kreaturer de seneste år, men der er store udsving i typerne. Mens slagtingerne af køer er faldet med næsten 6 pct. er antallet af slagtede stude og kvier steget med 31 pct.

Der er udbetalt i alt 28,4 mio. kr. i tillæg, hvilket er 3,8 mio. kr. mere – vel at bemærke udbetalt til omtrent det samme antal kilo som sidste år. Tillægget har hen over året været stigende til et tillæg ved regnskabsåret slutning på 9,75 kr./kg for stude på kontrakt og 6 kr./kg for køer – en stigning, der langt har overgået vore forventninger.

Omsætningen af økologisk oksekød er steget med 4 pct. Salget af delstykker, som slagteren selv skærer, er steget med 31 pct., hvilket er et udtryk for, at flere og flere slagterafdelinger vælger at blive godkendt til at skære selv. Salget af hakket kød er faldet en smule.

Salget af Frilands højkvalitetsoksekød "Økologisk Ungokse" er steget med næsten 30 pct. Det er fortsat Irma, der som den eneste kæde aftager kødet, men salget til private slagterbutikker er steget en del i året.

Udvikling i tillæg for øko kreaturer



Friland Limousine

Slagtingerne af Limousinekalve til Friland Limousine er steget med 18 pct. – det flotte resultat af Limousine Uniks arbejde med at skaffe flere leverandører. Der er i år blev slagtet 1.352 kalve, som fik tillæg.

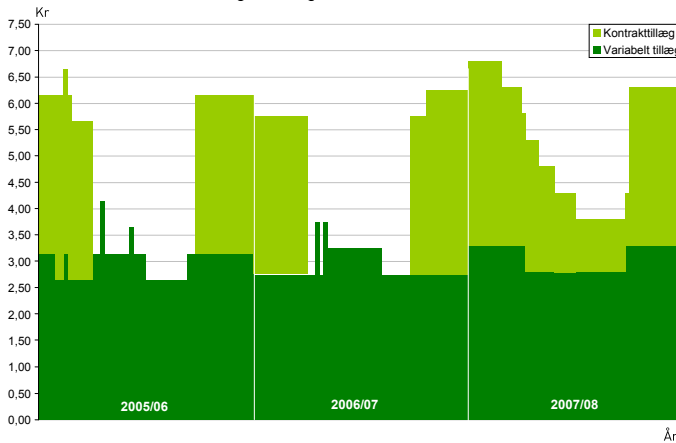
Inkl. resttillægget på 1,30 kr./kg, er der i gennemsnit blevet udbetalt 5,02 kr./kg i tillæg, hvilket er en stigning på 0,67 kr./kg sammenlignet med sidste år. Et resultat langt over forventning. På trods af de stigende mængder er det lykkedes at skabe en meromsætning, der har været så stor, at vi samtidig har kunnet betale leverandørerne et højere tillæg end nogensinde.

Omsætningsmæssigt har der været en stigning i salget af Friland Limousine på godt 23 pct.

3. Jürgen Hansen GmbH

33 pct. af Limousine kødet er afsat til private slagtere og enkelt butikker. Det er mere end en fordobling i forhold til sidste år. Afsætningen af detailpakkede produkter er uændret i forhold til året før. Det er således en stigning i salget af delstykker, der har skabt omsætningsvæksten.

Udvikling i tillæg for Friland Limousine



Friland Kødkvæg

Siden konceptets start er der slagtet ca. 1700 kødkvægsdyr. Dyrene er leveret af i alt 334 kødkvægsopdrættere, der er godkendt af Dyrenes Beskyttelse.

Rigtig mange har ønsket at tilmelde sig konceptet, og vi har ikke på noget tidspunkt har manglet dyr. Vi har slagtet dyr fra 10 forskellige racer, dog med en meget stor overvægt af Limousinekvæg samt krydsninger. Vores mål er at opnå en større spredning på de forskellige racer.

Omsætningen har været på godt 11 mio. kroner på det halve år, konceptet har været afsat. Det er lidt mindre, end vi forventede. Til gengæld har vi haft nogle meget entusiastiske kunder, der virkelig har gået op i at få alle de spændende facetter frem i konceptet (Læs historien "På sporet af Friland Kødkvæg", side 13).

Jürgen Hansen GmbH

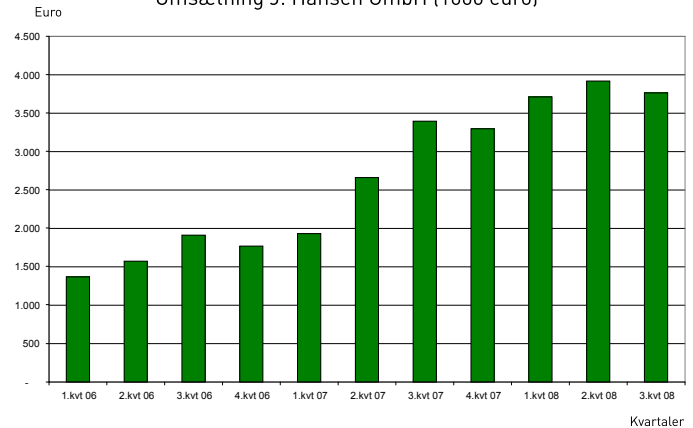
Frilands tyske datterselskab Jürgen Hansen har haft en meget flot omsætningsvækst på 51 pct. i forhold til sidste år. Det betyder, at datterselskabet i år har nået en omsætning på 110.065.000 kr.

Også her har man bemærket, at markedet er under pres med vigende priser som følge. Indtjeningen endte på 858.000 kr.

Selskabet afsætter størsteparten af kødet på det tyske marked, men også Grækenland, Belgien og Frankrig er aftagere for kødet (Læs historien "Delikate skinker fra Italien skove", side 22).

Jürgen Hansen har i år arbejdet på at udvikle et detailpakket sortiment, som skal afsættes på det tyske marked. Danish Crowns fabrik i Oldenburg er blevet økologi godkendt, og der er ansat en salgschef med ansvar for området.

Omsætning J. Hansen GmbH (1000 euro)



Masser af fremtid i kvalitetskød

Frilandsgris

Der er kommet mere Frilandskød i køledisken end nogensinde før, en udvikling, vi internt i Friland altid har troet på, og som vi også tror på vil fortsætte fremover. Vi har talt med en ekspert, som er helt enig.

- Der er masser af fremtid i kvalitetskød, både det økologiske og produkter med fokus på dyrevelfærd, mener Flemming Birch, ekspert i forbrugertrends ved Retail Institute Scandinavia.

- Der er opstået konsensus i danskernes bevidsthed om sundhedsbegreberne. Vi er blevet enige om, at økologi er sundt og godt for os selv og for miljøet omkring os. Og når først et lille, homogent samfund som vores er blevet enige om noget, så står det ikke lige til at ændre, siger han og fastslår, at to tendenser præger det danske marked lige nu: Økologien er i vækst, det samme gælder discount. Det er midtergrupperne, der har det svært, siger Flemming Birch.

Meget mere Friland

Friland har mærket begge tendenser positivt i det forløbne år.

Flere discountbutikker har lukket økologien ind, nogle af dem satser endda på at føre et bredt økologisk sortiment. Også detailkæderne har øget fokus på økologi, dels har de udvidet sortimentet, dels er de meget bevidste om at markedsføre kædernes økologiske profil. Samtidig har både Frilandsgrisen og Friland Limousinen haft fremgang, ligesom Frilands nyeste produkt Friland Kødkvæg har bidt sig fast på markedet.

- Dyrevelfærd er et stærkt salgsargument, på samme måde som økologi er det. Der er penge i det, og det ved kæderne. Blot skal man sørge for at markedsføre og informere ordentligt og reelt, så forbrugerne ved, hvad det er, de får for pengene, lyder rådet fra Flemming Birch.



Væksten fortsætter

Selv om det økonomiske opsving er vendt og tiderne er blevet dårligere, vil den økologiske vækst fortsætte, forudser Flemming Birch.

- Det er ikke de stigende renter, der regulerer folks opfattelse af, hvad der er sundt og godt. De senere år har vi givet os selv lov til at nyde kvalitetsprodukterne. Vi vil fortsat bruge penge på økologi og luksusfødevarer. Når krisen kradser vil vi spare på de ekstraordinære udgifter så som den anden eller tredje årlige rejse, eller vi vil lade være med at købe fladskærme til børneværelserne. Men den gode mad, den vil vi holde fast i, forudser Flemming Birch.

FRILAND KÅRET SOM GAZELLEVIKRSOMHED

Friland blev i 2008 kåret som gazellevirksomhed. Hvert år udnævner Dagbladet Børsen, danske virksomheder med stor vækst til såkaldte gazeller. Siden gazellerne opstod i 1995 er Friland blevet kåret hele fire gange, i 1996, 1997 og 1998, og nu igen i 2008. Den korte definition på en gazelle er: En virksomhed, der i løbet af de seneste fire regnskabsår har haft kontinuerlig vækst i omsætning eller bruttoresultat, og som samlet set har mere end fordoblet omsætningen eller bruttoresultatet i perioden.

DEL 2

nye produkter og udvikling



1. Nyt eksklusivt kød



På sporet af Friland Kødkvæg

Det handler om forskellighed, om individuelle smagsoplevelser og ikke mindst om at kunne spore sit kød tilbage til landmanden og gården, hvor dyret er vokset op.

Pakker med Friland Kødkvæg ligger på række i den meterlange køle-disk; culotte, entrecôte, bovstege og roastbeef ... alt sammen flot pakket i store, sorte bakker, mærket med en etiket, der fortæller kødets individuelle historie.

”Dette stykke kød kommer fra en kvie, som er opvokset på Samsø, hvor den har afgræsset Danmarks største overdrevarsareal, der hverken sprøjtes eller kunstgødes. Kød fra unge dyr har typisk en høj mørhed, denne kvie klassificerer desuden flot på fedme, hvilket bidrager til kødets saftighed.”

Sådan lyder teksten på en af Friland kødkvægpakkerne, der rummer et par flot marmorerede Herefordbøffer. En lille, præcis historie, formuleret til netop dette slagtedyr ud fra konkrete slagtedata og oplysninger fra opdrætteren. Ønsker man at vide mere, er der også mulighed for det.

Velkommen til Samsø

Dyrets individuelle CKR nummer er oplyst på pakken: 12233-00872. Taster man det ind på hjemmesiden www.sporditkod.dk, lander man efter et enkelt klik på Samsø. Her på Viesmosegård bor Søren Bertel

Jensen, han tager imod med et smil og et solidt tryk med arbejds-
hånd. Søren Bertel er en af de landmænd, som hvert forår forsyner os
med de nye Samsøkartofler. På gården har han desuden en Hereford-
besætning bestående af 55 moderdyr plus tyr og afkom.

Om sommeren græsser kvæget rundt omkring på øens fredede hede-
og græsarealer, og Søren Bertel kører hver dag ud i sin pick-up for at
holde nøje øje med kvæget. Det ligger ham meget på sinde, at dyrene
skal have det godt derude i naturen – et budskab han gerne spreder,
når han møder nogle af øens turister om sommeren.

Læs mere på sporditkod.dk

Efter at Søren Bertel er begyndt at levere til Friland Kødkvæg, har
han mulighed for at få sit budskab bredere ud. På sporditkod.dk har
han sin egen side, hvor forbrugere kan møde Søren Bertel og hans
kødkvæg. Med et enkelt klik, kan man bladre på siden og læse mere
om det specifikke slagtedyr, når man taster dyrets CHR nummer ind:
"Hereford kvie. Form 8. Fedme 4. Farve 3. Vægt 471. Alder 2 år. Født
22.02.2006. Slagtet 24.04.2008. Oplysningerne er præcise og kan alle
udbydes, hvis man klikker rundt på siden. Som en hel særlig service
kan man i højre spalte på siden endda holde øje med, hvilke Friland
Kødkvæg, man tidligere har spist. Hver gang man har sporet et dyr på
siden, gemmes oplysningerne, hvilket giver mulighed for at sammen-
ligne resultaterne, efterhånden som man får smagt sig igennem den
store variation af Friland Kødkvægs forskellige racer. Friland kødkvæg
handler nemlig også om individuelle smagsoplevelser.



Mundskænk tester kødet

Der er meget stor forskel på kødet. Og det skal der være, siger Frilands mundskænk Alf Thomsen. Der er lyst kød fra unge dyr, mørkt kød med kraftigere smag fra lidt ældre dyr, racer med god fedtmarmorering, racer med meget fedtfattigt kød. Men intet af det slipper igennem, uden at have bestået Alfs smagstest.

På slagteriet i Ålborg skærer han et lille stykke af hvert dyr, hvorefter han bedømmer kødets udseende, farve, aroma, mørhed, smag og saftighed. Når han har godkendt dyret, lægger han bedømmelsen ind i den database, som indeholder alle oplysninger i kødkvægskonceptet. Til sidst printer han en lille stak etiketter til hvert enkelt slagtedy, så kunderne ude i butikken kan læse hvert dyrs egen lille historie.

FAKTA

I Friland Kødkvæg indgår pt. racerne:

Angus, Blonde, Charolais, Galloway, Hereford, Højlandskvæg, Korhorn, Limousine, Salers, Simmental, Krydsninger

334 kødkvægsopdrættere leverer til Friland Kødkvæg

Verdens mest eksklusive kød

Den 10. juni var en stor dag: Tre dyrebare kalve kom til verden på en gård ved Finderup – tre engagerede fødselshjælpere tog imod.

Helt måle sig med følelsen af at blive far kunne det nok ikke, men det var tæt på. Den franske mesterkok Francis Cardenau, Frilands direktør Karsten Deibjerg Kristensen og kødkvægsopdrætter Søren Vester var rorte, da Danmarks første wagyu kalve blev født og tog de første usikre skridt på den midtjyske hede. Kalvene var det konkrete resultat af længere tids fælles drømme om verdens mest eksklusive kød. Produceret i Danmark.

På udkig i Japan

For to år siden tog kokken og direktøren til Wagyu racens oprindelsesland Japan for at kigge nærmere på det sagnomspundne Kobekød. Her koster et godt slagtedyr op mod ½ mio. kroner og er kendt for blandt andet at blive fodret med øl og få masseret musklerne under opvæksten. De to kød-entusiaster var imponerede. Tænk om man kunne starte en stambesætning på dansk jord. - Wagyu kød smager fantastisk. Det er ekstremt marmoreret, og det gør kødet mere mørt, saftigt og smagfuldt end noget andet oksekød. Som kok er det afgørende





at have adgang til råvarer af den ypperste kvalitet, så vi kan skabe og bevare den allerbedste madkultur, men vi foretrækker selvfølgelig, at kødet kommer fra dyr, som er opdrættet i Danmark, fordi vi dermed kan have tillid til, at der er taget hensyn til dyrenes velfærd under opvæksten, siger Francis Cardenau.

Superkalvene vokser

Nu går superkalvene ude på Søren Vesters marker og græsser sig store og stærke. Kviekalvene skal bruges til at etablere Danmarks første stambesætning af 100 procent renracet, Wagyu kødkvæg, og kun tyrekalvene vil i første omgang kunne undværes. Der vil dermed gå et pænt stykke tid, før kødet når ud til de danske forbrugere.





Nyt produkt af fornemme stude

Friland har fået en prominent leverandør og en ny kunde. Hans Kongelige Højhed, Prins Joachim er blevet andelshaver i Danish Crown og har indgået aftale med Friland om at afsætte kvalitetsproduktet Schackenberg Stude.

Prinsen er kendt som en erfaren og dygtig landmand, som selv er engageret i opdrættet af studene, der afgræsser godsets jorde i marsken. Studene er en ny gren i rækken af Schackenberg produktioner – et nyt og spændende produkt for de særligt kvalitetsbevidste, forklarer godsforvalter Søren Frederiksen.

Schackenberg Stude sælges gennem slagterkæden Mad med Mere.

2. Kvalitetskød til udlandet



Top brand i England

Frilands bacon er rykket op i den engelske Premier League. Baconen kom i foråret på hylderne i landets mest prestigefyldte supermarkeder og modtog i sommer prisen "The Great Taste Award" – fødevarernes pendant til en Oscar.

Strategien var klar. Et stærkt brand giver sikkerhed på et ustabil marked. Derfor gik Friland sidste år sammen med den irske forædlingsvirksomhed Oliver Carty om at udvikle og markedsføre en serie udsøgte baconprodukter som fælles brand med både Oliver Cartys og Frilands logo på pakkerne. Tidligere er Frilands bacon udelukkende blevet afsat som privat label i de engelske butikker. Lækre specialiteter som økologisk, tørsaltet bacon, overtrukket med citronpeber og tørret ahornrøget bacon fremstillet af Frilandsgris blev i første omgang solgt på det irske marked. I foråret lykkedes det at få de nye mærkevarer på hylderne i Englands prestigefyldte butikker Wholefood Market og Harrods.

- Det kan vi godt være meget stolte af. Wholefoods Market og Harrods er begge fødevarerbutikker med meget høj kvalitetsprofil, og det giver klart anerkendelse blandt de andre fødevarer kæder, som jo holder øje med markedet, at netop de vælger at føre Frilands produkter, siger Marc Ridout, Frilands salgschef i England.



Flot eksponering

Englænderne tog godt imod de nye mærkevarer. Umiddelbart efter debuten i Wholefood Market blev den økologiske bacon nomineret til en pris for årets bedste, nye økologiske produkt og for årets bedste emballagedesign. Kort tid efter kom baconen atter i søgelyset, da to af produkter blev indstillet til, og vandt "The Great Taste Award". Økologisk, havsaltet bacon modtog én guldstjerne, mens økologisk, tørsaltet bacon, overtrukket med citronpeber modtog hele tre guldstjerner, hvilket er det højeste, uafhængige kvalitetsstempel for britiske fødevarer.

Ikke mindre end 4.753 fødevarer i forskellige kategorier var indstillet til prisen.

FAKTA

UDSØGTE SPECIALITETER

Frilands og Oliver Carty's mærkevarer er fremstillet af kød fra økologiske grise og Frilandsgrise. Serien består af:

- Organic Sea Salted Dry Cured Rashers
- Free Range Dry Cured Rashers
- Free Range Dry Cured smoked Maple Rashers
- Free Range Dry Cured Loin of Bacon in Sweet Acacia Honey
- Organic Dry Cured Loin of Bacon with a Crunchy Citrus Pepper Coating
- Free Range Mild Cure Ham Fillet



Delikate skinker fra Italiens skove

En hel ny kødsmag har fundet vej fra Italiens skove til det tyske marked. Kødet smager en lille smule af den skov, grisene er opvokset i.

En flok skovsvin, kunne man kalde dem, uden at mene det som en fornærmelse. Grisene lever nemlig livet i skoven i den bjergrige italienske region Umbrien. Her i den storslåede natur opdrætter bl.a. Paolo Zaccardi økologiske grise. Grisene bliver født og vokser op inde i skoven, hvor de har masser af plads og mulighed for at boltre sig, faktisk har hver gris hele 1000 m² til sin rådighed.

- Kødet er meget fast i det og smager faktisk en lille smule af skov, som om det er krydret med friske urter, fortæller Jürgen Hansen, chef for Frilands datterselskab, Jürgen Hansen GmbH.

På den økologiske messe Biofach hørte han ved et tilfælde om de italienske skovgrise og besluttede sig for at rejse til Umbrien for at kigge nærmere på, om det kunne være et interessant produkt i Tyskland. Han blev meget imponeret.

- Det var et fantastisk syn. Når man kører gennem området kan man se, at grisene nyder livet inde i skoven. De går i store indhegninger og leger med de ting, naturen byder på, blandt andet kan man se dem muntre sig med at skubbe rundt på små klippesten, fortæller Jürgen Hansen.

Han var straks klar over, at han her havde fat i et specialprodukt, som kunne sælges på det tyske marked og indgik en aftale om at aftage 200 grise om ugen.

- Godt nok er skovgrisene noget større, end vi er vant til i Nordeuropa, for i Italien er der tradition for, at skinkerne skal være meget kødfulde, og skovgrisenes slagtevægt er 115 kg. Men det lykkedes os at finde frem til en virksomhed, som havde det rette udstyr til at tørsalte de store, italienske skinker efter en særlig metode, der bevarer kødets specielle, krydrede smag, fortæller Jürgen Hansen.

Langt størstedelen af kødet afsættes nu på det tyske marked, mens noget af småkødet sælges tilbage til Italien, hvor det laves til salami på en norditaliensk fabrik.



Eksportfremstød i Sverige

Friland er kommet ind på det svenske catering-marked. Ved et dansk eksportfremstød i Sverige i foråret fik Friland en ny kunde.

Det er dansk. Det er økologi. Og det er gastronomi på et meget højt niveau. Således lød budskabet, da Friland var i Sverige for at vise svenskerne, at danske råvarer er et godt valg, når de skal købe økologiske fødevarer. Og det var et budskab, der gik ind hos svenskerne. Efter at have deltaget i eksportfremstødet, som var arrangeret af Landbrugsrådet, fik Friland hurtigt en ordre i hus og afsætter nu Frilands økologiske kød til den svenske catering branche.

- Vi er glade for, at vi er kommet ind på det svenske catering-marked, og vi er også klar til at udvide afsætningen, efterhånden som det udvikler sig. Sverige er et godt nærmarked, som vi ser nogle gode muligheder i. Økologien er på vej op, og vi tror på, at svenskerne står overfor et økologisk boom, ligesom vi har set det herhjemme de seneste år, fortæller Arne Dyrebjerg, salgschef i Friland A/S.

FAKTA

ØKOLOGIEN VOKSER

Interessen for økologi er kommet lidt senere i Sverige end i Danmark. Herhjemme udgør de økologiske fødevarer ca. 7,5 % af det totale mad-salg, i Sverige var det tilsvarende tal sidste år ca. 3 %. Markedsandelen for de økologiske fødevarer i Sverige forventes dog at stige støt de kommende år, især indenfor restauranter, kantiner og storkøkkener er der udsigt til en rivende udvikling. Den svenske regering har en ambition om, at hele 25 % af fødevarerforbruget i den offentlige sektor skal være økologisk i 2010.

Ved eksportfremstødet tryllede de to stjernekokke, køkkenchef Rasmus Koefoed fra restaurant Geranium i København og hans svenske kollega Paul Svensson fra F12 i Stockholm kulinariske oplevelser frem af bl.a. økologisk svinekød fra Friland.





Slagtere med forstand på dyrevelfærd

Slagterne er hver eneste dag i dialog med kunderne, når de skal vælge kød til middagsbordet. Hvad er da mere oplagt end at lade slagterne viderebringe de gode budskaber om Frilands kød?

”Dyrevelfærds certificeret”, står der på den lille nål, som sidder fastgjort på brystet af den hvide skjorte. Nålen er et bevis på, at denne slagtermester kan noget særligt; han ved, hvordan Frilandsgrisen og Friland Kødkvæget har levet, inden det er endt som mærkevarer i hans køledisk. Claus Strandbæk fra SuperBest i Nærum er Danmarks første slagtermester med særlig forstand på dyrevelfærd. Sammen med butikkens fire slagtere har han været på skolebænken for at lære om de velfærdsregler, der gælder for Frilandsgrisen og Friland Kødkvæg.

- Det har helt sikkert været meget inspirerende, og vi har fået masser af viden, som vi kan bruge i den daglige kontakt med kunderne. Det giver klart et løft, at vi her i butikken ved mere om kødets oprindelse. Der er mange kunder, der interesserer sig for, hvordan dyrene har haft det, men de er lidt usikre på, hvad det betyder, når der sidder et lille mærke med ”Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse” på kødpakken. Nu kan vi fortælle dem det, siger Claus Strandbæk.

Samarbejde med Dyrenes Beskyttelse

Dyrenes Beskyttelse står sammen med Friland bag kurset, som i første omgang tilbydes slagtere i SuperBest kæden. Tanken er, at de fremover bedre kan give kvalificeret rådgivning, når kunderne skal vælge, hvilke koteletter eller bøffer, de vil lægge i indkøbskurven.

At klæde slagterne på som "historiefortællere" er en idé med gode perspektiver, mener Randi Kok, kontorchef i Friland.

- Forbrugerne efterspørger i stigende grad viden omkring de fødevarer, de køber, og mange kunder vil gerne have råd og vejledning af deres slagter. Ved at give slagterne faktuel viden om de regler, der sikrer at dyrene har haft et godt liv, kan slagteren bedre hjælpe kunderne med at træffe et reelt valg, siger hun.



Smuk fest i Skanderborg

Det handler om at komme ud og møde forbrugerne og få en snak om det gode kød, når Friland eller Frilands produkter er med til forskellige forbrugerevents.

Det meste af Danmarks Smukkeste Festival var ved at sejle væk i regnen den torsdag nat, da et skybrud forvandlede veje til floder, festpladsen til badekar og telte til u-både. Men Frilands hytter stod oven vande, og beboerne i Danmarks Smukkeste Svinesti sov sødt og tørt.

- Vi er lykkelige for, at vi bor i en af hytterne og alt er tørt, lød det fra Jeanette Wiese og Steffen Lodal, da morgensolen atter gryede.

For første gang deltog parret på festivalen i Skanderborg og var oven i købet så heldige at bo i en af de 25 hytter i Frilands smukke svinesti, placeret i området ned til Skanderborg Sø.

Det er anden gang, Friland sammen med Danish Crown var med på Danmarks Smukkeste Festival med det formål at komme ud og møde forbrugerne i øjenhøjde.

Masser af gæster

Ikke alene de heldige gæster, som blev nurset i svinehytterne, fik en oplevelse af, hvad det vil sige at være en fri velfærdsgris. Utallige festivaldeltagere besøgte Bacon Baren for at spise et økologisk morgenmåltid, med blandt andet Tulips nye økologiske bacon, som debuterede på festivalen, og som er et udtryk for samarbejde mellem



Tulip Food Company og Friland. Mens gæsterne nød den lækre mad, kunne de ved selvsyn konstatere, hvor dejligt "grisene" i stien havde det.

Desuden var hyttenavne som Baconborgen, Svinedrenge og Den Glade Sylte med til at pirre nysgerrigheden, og rigtig mange børnefamilier fattede interesse for de sjove blikhuse og gik hele vejen rundt for at studere dem nærmere.

P3 direkte fra stien

I en af hytterne boede Kasper Højegaard, en tidligere landbrugselev fra Thy, som er en fast bestanddel i radio-programmet De Sorte Spejdere på P3. Det betød, at De Sorte Spejders mange lyttere fik et tættere kendskab til Friland – med et glimt i øjet.

Også P4 sendte live fra Frilands Svinesti, og her kunne Østjyske lyttere få indblik i den positive stemning, der var omkring Frilands deltagelse på festivalen.

Danmarks Smukkeste Frilandsgris

Blandt alle festlige grise er hun den festligste. Frilandsgrisen Frida var i høj grad med til at sprede humør, når hun bevægede sig rundt på festivalen og uddelte krammere til store og små. Både når hun tog en tur rundt med Bacon Barens nye frokost tilbud – PIG-nique, når hun underholdt de mange festivalgæster, som ellers bare stod og kedede sig i køen foran billetkontoret, og når hun dansede rundt blandt børnene i området ved Cirkus Krone. Overalt vakte Frida opmærksomhed og begejstring og var på den måde et vigtigt værktøj i dialogen med forbrugerne. Op til festivalen i Skanderborg oprettede Frida i øvrigt en profil på Facebook, hvor hun indtil videre har fået 182 venner.





Øko-pattegris er god gademad

En liflig duft fra en sprød pattegris, som hang og sydede over grillen, bredte sig ud over Musikhusparken, da der var Århus Festuge. Som noget nyt kunne se besøgende i år glæde sig over, at de kunne købe gademad på gourmetplan; som helstegt, pattegris fra Friland, serveret med kartoffelsalat, lidt grønt og et glas fadøl fra Ørbæk Bryggeri – alt sammen økologisk naturligvis.

- Der manglede noget økologi i festugen. Det er ok, at der er frankfurterere og donuts, bare det ikke er det eneste, man kan få at spise her. Det er vigtigt, at der også er plads til god gademad, sagde Malene Aaris, som er en af ildsjælene bag "Gourmetmad på gadeplan".

4. Samarbejde



Nyt udviklingscenter for grise på Friland

Friland har gennem længere tid søgt efter konkrete metoder, der kan være med til at forbedre produktionen af Frilandsgrise. I sommer blev det første, vigtige skridt taget.

Dyrenes Beskyttelse og Friland har indgået et unikt samarbejde og stiftet selskabet "Udviklingscenter for husdyr på friland". Udviklingscentret skal bidrage til en konkurrencedygtig udvikling inden for hold af husdyr på friland - i første omgang frilandsgrise og økologiske grise, så produktionen og dyrevelfærden fremtidssikres. Det fortæller Ole Münster, direktør i Dyrenes Beskyttelse.

- Det er utrolig vigtigt for os, at det til stadighed er muligt at producere kød med høj dyrevelfærd. Ved at samle kræfterne i et selskab vil vi finde nye veje til at forbedre dyrevelfærden og arbejde målrettet på at udvikle og demonstrere nye initiativer, således at landmænd også i fremtiden vil være interesserede i at producere dyr, som har haft det godt, siger Ole Münster, direktør i Dyrenes Beskyttelse.

Forbedring af produktionen

Karsten Deibjerg Kristensen, direktør i Friland, fortæller, at det også handler om at skabe en mere effektiv produktion af Frilandsgrisene. For mens efterspørgslen på frilandskød er stigende, har udviklingen inden for produktionen stort set ikke ændret sig de seneste 15 år.

- Vi vil gerne gå foran og skabe en udvikling, som vore leverandører

kan bruge i en mere effektiv produktion. Hidtil har det været overladt til den enkelte landmand at udvikle produktionsformen, og selv om der rundt omkring er blevet arbejdet flittigt med forskellige ideer, er der ikke sket de store fremskridt. Med det nye center kan vi udvikle og afprøve ny teknologi og arbejdsmetoder, som derefter kan implementeres i den enkelte produktion, siger Karsten Deibjerg Kristensen. Den første opgave for den nye virksomhed bliver at finde et egnet sted til centret. Der skal findes en producent, som ønsker at drive centret og en række undersøgelser skal gennemføres, inden arbejdet konkret kan gå i gang. Men med den nye virksomhed er grunden lagt til en fremtid, hvor dyrene får bedre forhold, producenten får en mere effektiv produktion, og kunderne fortsat får gode kvalitetsprodukter fra dyr, som har haft et godt liv.



Det bedste fra alle verdener

Det gode kød fra Friland og Tulips mangeårige ekspertise er smeltet sammen til en serie fantastiske produkter

Siden 1912 har Tulip været baconspecialisten, og siden 2008 er de blevet det sammen med Friland. En ny økologisk Tulip-bacon er nemlig et af de produkter, der indgår i Tulips nye økologiske produktserie, hvor kødet selvfølgelig leveres af Friland.

Udover bacon bliver der også produceret økologiske frikadeller, schnitzler og leverpostej på Tulips fabrikker. Alle produkter af højeste kvalitet, lavet af Frilands økologiske kød og efter gamle håndværksmæssige traditioner.

- Der er kælet ekstra for den økologiske bacon. Den har ligget i otte uger og trukket salt efter den gamle metode. Det adskiller den fra det meste andet bacon, der bliver stiksaltet. Når bacon får lov at trække i stedet, betyder det også, at der kommer mindre vand i, og det sprøjter derfor ikke så meget under stegning, forklarer Tulips innovationsdirektør Eva Nautrup.

Ekstra smag i frikadellen

Opskriften på de økologiske frikadeller har sit udspring i en tysk opskrift, som meget ligner den, man brugte i Danmark tidligere. Det er en opskrift, der betyder, at frikadellerne kommer til at smage af noget mere end den traditionelle danske frikadelle i dag, og det er også meningen.

For de nye økologiske produkter er til dem, der sætter pris på god mad.

Kød fra Friland - naturligvis

Eva Nautrup understreger, at det er vigtigt for Tulip at begynde en økologisk produktion ved siden af den konventionelle.

- Vi vil gerne tage det røde Ø-mærke ind som en del af Tulip, og det forventer forbrugerne af os, når vi er så store. Undersøgelser viser faktisk også, at mange forbrugere tror, at vi har lavet økologi i lang tid, siger Eva Nautrup.

Og lige så naturligt som det er, at Tulip skal producere økologiske varer. Lige så naturligt er det, at råvarerne kommer fra søsterselskabet Friland.

- Det er jo gode varer, som vi ved er i orden. Det er afgørende for troværdigheden, at vi har den rette leverandør til vores nye økologiske produkter, og det har vi med Friland, siger Eva Nautrup.



Medarbejdere fra Friland mødte op på messen sammen med bl.a. repræsentanter fra virksomhedens bestyrelse for at snakke med nye og eksisterende leverandører.



Sammen på Agromek og FoodExpo

For første gang stod Friland og Danish Crown sammen på en fælles stand, da først årets Agromek og senere FoodExpo blev afviklet i Herning. For Friland handler det om at få størst mulig eksponering og kontaktflade.

Friland Kødkvæg var et af fokuspunkterne, da landmændene kiggede forbi Frilands og Danish Crowns fælles stand på Agromek. Da Friland Kødkvæg handler om forskellighed, og konceptet favner både rækken af rene kødkvægsracer og krydsningsdyr, ønskede Friland at komme i kontakt med både store producenter og små "hobby-opdrættere", som kunne have en interesse i at få afsat deres dyr som Frilands nye mærkevare. Det lykkedes i vidt omfang.

- Jeg synes, vi fik en meget flot eksponering på messen, og der var stor interesse for lige netop Frilands koncepter. En del landmænd henvendte sig til os på standen for at høre nærmere om konceptet, og nogle af dem meldte sig straks som leverandører, fortæller afdelingsschef for Frilands landmandsafdeling, Henrik Bækstrøm Lauritsen.

- Fint var det også, at en del af maden, som blev serveret på standen var tilberedt af forskellige specialprodukter, hvoraf nogle var vores Frilandsgris, Friland Limousine og Friland Økologi, siger han.

Fælles-kontakter udnyttes

En meget udbytterig messe. Sådan betegnede Frilands salgsschef, Arne Dyrebjerg, Foodexpo. Ikke alene delte Friland stand med

Danish Crown og Tulip, men også med Dansk Cater, og især i sidstnævnte viste der sig en meget stor interesse for Frilands økologiske produkter.

- Vi kom i kontakt med mange nye potentielle kunder. Det var ret tydeligt, at institutioner, restauranter og kantiner er ved at vågne op omkring økologien. Mange af dem har indført økologi på de andre madvarer og ønsker at gå i gang med økologisk kød, fortæller Arne Dyrebjerg.

- Det positive ved at dele stand er blandt andet, at vi har flere fælles kontakter, og det kan vi udnytte både på messen, men også i det daglige salgsarbejde efterfølgende.

FAKTA

AGROMEK

Omkring 70.000 interesserede besøgte landbrugsmessen Agromek.

FOODEXPO

Foodexpo afvikles hvert andet år, og messen – som varer 4 dage, har omkring 35.000 besøgende.

Friland med i tasken

Når Danish Crowns cateringafdeling, Foodservice, er ude på kunde-
besøg, har de også Frilands sortimentsliste med i tasken.

Cateringbranchen har en stor potentiel kundegruppe, som Friland meget gerne vil have fat i. Men at opdyrke et nyt marked er en ressourcekrævende opgave, som ligger i overkanten af, hvad en virksomhed af Frilands størrelse kan bære alene.

- Det er for tidskrævende og dermed alt for dyrt, hvis vi skal ud at skabe kontakt til dem alle. Derfor har vi lavet en aftale med Danish Crowns Foodservice om, at sælgerne tænker Frilands sortiment med ind, når de alligevel er ude på kundebesøg, fortæller Arne Dyrebjerg, salgschef i Friland.

Aftalen er ikke alene en fordel for Friland, også Foodservice er glade for samarbejdet.

- Det er positivt, at vi nu kan tilbyde kunderne økologiske varer. Vi ser det klart som en styrke at kunne tilbyde kunderne et så bredt sortiment som muligt, siger Henrik Rosbjerg, salgschef i Foodservice.

