

APRIL 2016 // DET HANDLER OM MAD



indsigt

DANISH CROWN ANDELSHAVERBLAD



NY GRATIS APP

SMART RÅDGIVNING

MED VIDEO OG BILLEDER DIREKTE FRA STALDEN

TEMA FRA RÅVARE TIL MADVARE

LÆS OGSÅ DENNE MÅNEDS EJERSERVICE-REPORTAGE

VI PRØVER IGEN

Kære andelshaver.

Af skade bliver man klog. Det kan vi konstatere efter distributionen af den første udgave af 'indsigt' – afløseren for DC Update – sidst i februar.

For det var ikke nogen succes at få distribueret et 'genfødt' blad via Post Danmarks Med rundt-folder. Den er primært kendt for at være fuld af reklamer og ryger derfor ofte ubeset i skraldespanden. Der frygter vi, at mange blade formentlig, og desværre, også havnede.

Vi valgte 'Med rundt' i et behjertet forsøg på at spare koncernen for en pæn udgift til distribution. Men når vi kan notere os, at over halvdelen af andelshaverne ikke fik februarudgaven af 'indsigt', må vi konstatere, at for megen værdi blev smidt ud.

Det skal ikke ske igen. Derfor beklager vi fejlvurderingen. Fra og med dette nummer er vi vendt tilbage til at sende 'indsigt' med 'gammeldags' post. En dyrere løsning, men at lave et blad, som kun et mindretal modtager, er endnu dyrere. Og dummere.

RÅDGIVNING MED APP

I dette nummer af 'indsigt' stiller vi blandt andet skarpt på en ny app, CloudAdvice, hvormed landmanden dels kan få rådgivning via en videodialog, dels kan kommunikere internt i billeder med sine medarbejdere.

Desuden sætter vi i bladets tema fokus på, hvordan Danish Crown til stadighed arbejder intenst med at forædle råvarerne og udvikle dem til højværdiprodukter. Derved skaber koncernen muligheder for at øge indtjeningen til koncernens leverandører.

Den slags giver værdi. Det samme håber vi er tilfældet med læsningen af 'indsigt'.

De bedste hilsner

Erik Eisenberg,

kommunikationsdirektør i Danish Crown

indsigt

- er Danish Crowns blad til andelshaverne
- udkommer 10 gange årligt
- har et oplag på 8.500 stk.

Redaktion: Henrik Lomholt Rasmussen, ansvarshavende redaktør

Design: Danish Crown Marketing

Tryk: Scanprint

Kontakt redaktionen på 8919 1320
eller helra@danishcrown.dk





SIDE
16-17

**SPARRING
GØR EN FORSKEL**



SIDE
20

**VELFÆRD – FOR DYR
OG MENNESKER**



SIDE
18

**FRILAND SÆTTER
ØKOLOGIEN FRI**



SIDE
8-13

**TEMA: FRA RÅVARE
TIL MADVARE**



SIDE
4-7

**BEDRE RÅDGIVNING
MED NY GRATIS APP**

- Hej Hans Jørgen.
Det er Kasper fra
Vrigstedgaard ved Horsens.
Nogle af vores grise
døjer med diarré.
Vil du prøve at se på det?





GRATIS APP

SIKRER EFFEKTIV RÅDGIVNING MED SMARTPHONEN

MED DEN GRATIS APP
CLOUDADVICE
KAN LANDMANDEN FÅ
RÅDGIVNING VIA EN VIDEODIALOG
OG KOMMUNIKERE INTERNT
I BILLEDER MED
SINE MEDARBEJDERE.

CLOUDADVICE

STYRKER RÅDGIVNINGEN

Hej Hans Jørgen. Det er Kasper fra Vrigstedgaard ved Horsens. Nogle af vores grise døjer med diarré. Vil du prøve at se på det?

Sådan et spørgsmål kan konsulent Hans Jørgen Tellerup og hans kolleger i Ejerservice nu se på med det samme. Også selvom de sidder på kontoret i Randers eller er ude på en opgave.

Den hurtige svartid skyldes CloudAdvice, en ny og gratis app udviklet i samarbejde mellem it-virksomheden TNM Consult og Danish Crown Ejerservice. Appen blev lanceret den 15. marts.

- Med CloudAdvice kan jeg med billeder og video fra min smartphone vise et problem hos grisene – for eksempel diarré – direkte på rådgiverens computer eller smartphone. Det gør rådgivningen bedre, fordi billederne gør det nemmere for ham at analysere problemet i forhold til at skulle forklare om sagen med en masse ord. Især når det går stærkt i stalden. Så er det vigtigt og tidsbesparende at få den rigtige løsning i første hug, siger Kasper Henriksen, driftsleder på Vrigstedgaard.

TESTET MED SUCCES

Han er blandt de 25 landmænd, som i den seneste tid har testet appen. Og det med succes. Ikke kun i forhold til Ejerservice, men også andre rådgivere samt dyrlæger og leverandører.

- Eksempelvis er det lettere at bestille en reservedel til en traktor, fordi forhandleren direkte kan se, hvad jeg har brug for, siger Kasper Henriksen.

Også Hans Jørgen Tellerup ser et stort potentiale i CloudAdvice.

- Vi konsulenter er meget i stalden og er ikke nødvendigvis klar ved tasterne eller telefonen i døgndrift. I CloudAdvice kan landmænd lægge en besked og få rådgivning, så snart vi er ude af stalden og kan holde ind på en rasteplass; selvfølgelig forudsat, at vi kan komme på nettet, siger Hans Jørgen Tellerup.

Kasper Henriksen understreger, at CloudAdvice endvidere kan være effektiv i samarbejdet med medarbejderne.

- Vi leverer grise fra fire ejendomme. Der er 35 km fra den nordligste til den sydligst beliggende. Med videoopkald fra CloudAdvice kan jeg og en medarbejder i marken for eksempel diskutere, om såmaskinen er indstillet er rigtigt uden at skulle køre ud til ham. Det sparer tid og styrker den interne faglighed, siger Kasper Henriksen.

REDUCERER SPROGBARRIEREN

Samarbejdet med de udenlandske medarbejdere kan også fremmes af CloudAdvice.

- Kniber det med sprogkendskaberne fra min eller vores rumænske kollegers side, kan et videoopkald lette kommunikationen, påpeger Kasper Henriksen.

Således optog han for nylig en video med overfyldt foderkasse, hvis regulator stod helt åben.

- Den slags kan hurtigt blive dyrt, for foder er vores største udgift. Nu kan jeg bruge videoen som medarbejderoplysning om, hvad man ikke skal gøre, siger Kasper Henriksen.

For modsat Skype og Facetime kan landmanden og hans kontaktpersoner i CloudAdvice opbygge en database med videoer og anden information. Herved kan man samle en sags historik. Det øger datasikkerheden og gør det let for de forskellige aktører at følge udviklingen.

- For eksempel kan dyrlægen følge med i et forløb med sygdom i en besætning, som jeg har tilset, siger konsulent Hans Jørgen Tellerup.

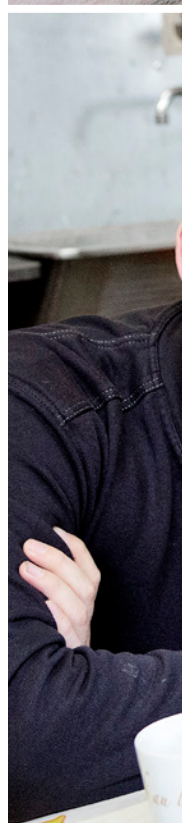
GRATIS APP TIL ANDROID OG IPHONE.

KØRER OVER TELEFONENS DATAFORBINDELSE, SÅ LANDMANDEN GRATIS KAN KONTAKTE RÅDGIVERE, LEVERANDØRER OG DYRLÆGER UDEN SPILDTID.

KAN OGSÅ BRUGES INTERNT SOM VIDEODIALOG MELLEMLANDMANDEN OG MEDARBEJDERNE PÅ GÅRDEN.

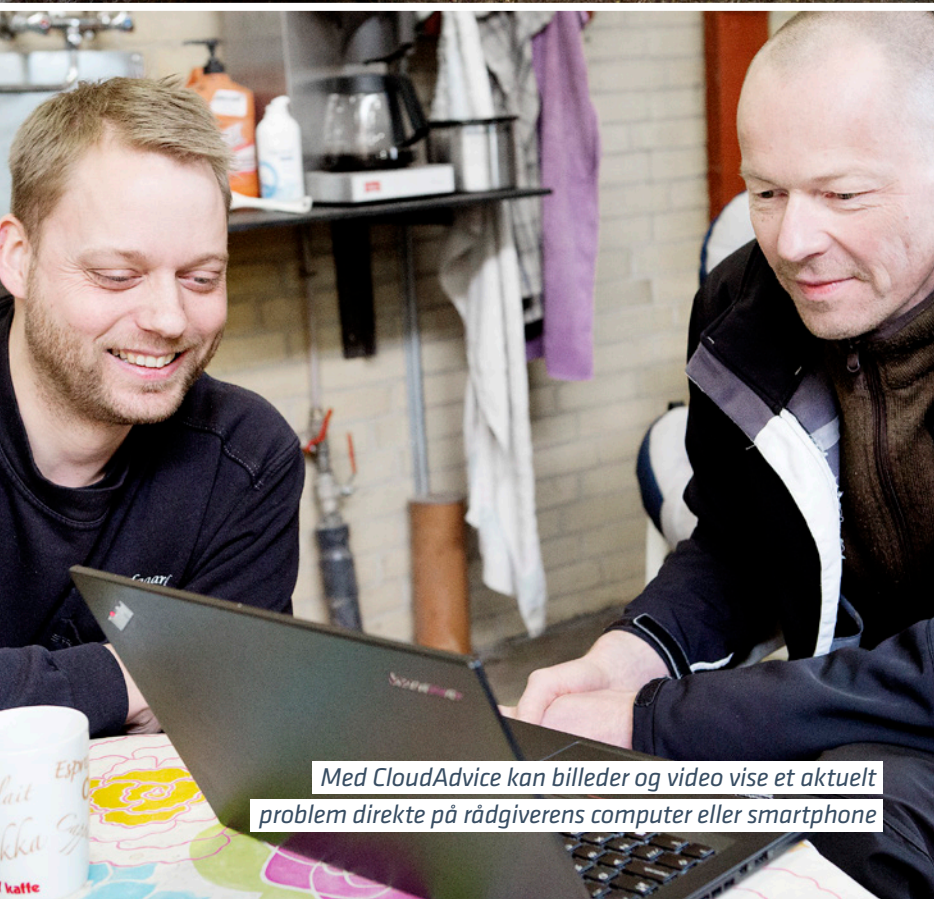
UDVIKLET AF IT-VIRKSOMHEDEN TNM CONSULT I SAMARBEJDE MED DANISH CROWN EJERSERVICE.

LANCERET 15. MARTS 2016.





Kasper Henriksen er driftsleder på Vrigstedgaard er blandt de 25 landmænd, der har testet CloudAdvice



Med CloudAdvice kan billeder og video vise et aktuelt problem direkte på rådgiverens computer eller smartphone



TEMA FRA RÅVARE TIL MADVARE



Let's Meat.dk

Giv dine gæster noget at tale om.



På de følgende sider sætter vi fokus på, hvordan Danish Crown til stadighed arbejder intenst med at forædle råvarerne og udvikle dem til højværdiprodukter.

Derved skaber koncernen muligheder for at øge indtjeningen til koncernens leverandører.

DANISH CROWN GÅR ET SKRIDT NÆRMERE LANDETS SPISESTEDER

Med LetsMeat.dk imødekommer Danish Crown et ønske fra kantiner, restauranter og andre professionelle spisesteder om inspiration samt levering af højværdiprodukter ledsaget af den gode historie om kødet.

LetsMeat.dk. Det er navnet på Danish Crowns forstærkede indsats i kommunikationen til landets kantiner, storkøkkener, institutioner og restauranter for at få dem til at vælge koncernens højværdiprodukter.

- Med LetsMeat.dk træder vi et skridt nærmere landets professionelle spisesteder og leverer dem kalvekød, Tender Beef, burgerbøffer og kødkvæg af højeste kvalitet. Selvfølgelig med fokus på fødevarer sikkerhed, godt gammeldags håndværk, topmoderne innovation og effektiv distribution, siger Claus Hein, salgsdirektør i Danish Crown Beef.

Desuden er LetsMeat.dk klar med inspiration til kundernes menukort. Dels i form af opskrifter, dels i form af de gode historier om kødet, som gør maden til en oplevelse og giver gæsterne noget at tale om.

- Vi tror på, at den gode råvarehistorie, oprindelsen, håndværket og konceptet bag er krydderier, der altid skal være en del af retten. Uanset om du driver en restaurant, et storkøkken, en kantine eller lille café, fastslår Claus Hein.

HØJERE OP I VÆRDIKÆDEN

For Danish Crown og koncernens leverandører ser han LetsMeat.dk som en mulighed for at øge indtjeningen.

- Ved at holde på kødet så længe som muligt på fabrikkerne og udvikle det til højværdiprodukter kommer vi højere op i værdikæden, forklarer Claus Hein.

LetsMeat.dk består af seks platforme med historier og opskrifter om bl.a. dry-aged, burgers & sliders og Friland Økologi.



TEMA

DANSKE SKINKER BLIVER TIL SPANSK SPECIALITET





Inspektør Peter Jørgensen med en færdig, fersk skinke, som skal sendes til Spanien.



Sådan kommer skinkerne til at se ud efter 12 til 24 måneder, siger Peter Jørgensen.

Danish Crowns samarbejde med en stor spansk kunde om at fremstille serrano-skinker af danske grise gavner leverandørerne.

Danish Crown har indledt et samarbejde med en af Spaniens største kødproducenter af forædlede varer, firmaet Campofrio, der skal forarbejde danske skinker til den spanske specialitet Serrano.

I Danish Crowns eksportafdeling har Associate Vice President Mads Stougaard store forventninger til den specialiserede produktion.

- Vi tror, produktionen kan blive større. Danish Crown er interessant for spanierne, fordi vi kan levere hele vognlæs ad gangen med skinker af ens, meget høj kvalitet. Det vil komme vores leverandører – som på grund af deres gode produktionsforhold har stor andel i vores gennembrud i Spanien – til gode, fordi vi kan aftage flere af deres grise, siger Mads Stougaard.

De danske skinker ligger kvalitetsmæssigt i top, både hvad angår kød og spæk, og det er nødvendigt, for at de kan bruges til Serrano-skinker, der lufttørres i 12-24 måneder. Netop derfor skal de danske slagtere, der skærer skinkerne, kunne deres håndværk. Hinden på skinkerne må ikke brydes, da de ellers rådner under tørringen.

- Spanierne stiller ekstremt høje krav, og vi har holdt en række møder med dem, så de var sikre på, at Danish Crown kunne levere præcis den vare, de søgte. Det har krævet et meget stort forarbejde at komme i gang, forklarer inspektør i kvalitetssikring Peter Jørgensen.

Når spanierne har rettet blikket mod Danish Crown, skyldes det blandt andet, at der ikke opdrættes så mange fede svin i Spanien.

- I Danmark har vi øget slagtevægten, og det betyder, at vi kan levere de fede og tunge skinker, man efterlyser i Spanien, siger Peter Jørgensen og forklarer, at i Spanien forarbejdes de danske skinker og hænges til tørre i kæmpe store klimahaller.

- De svinder med op til 40 procent. Til gengæld har man en færdig vare, der er fantastisk velsmagende, men også meget dyr, siger Peter Jørgensen.



DANISH CROWN SÆLGER DYREVELFÆRD PÅ FROST

DANISH CROWN NÅR SLUTBRUGERNE DIREKTE MED DATTERSELSKABET FRILANDS AFTALE MED HJEM-IS OM SALG AF EN LUKSUSGRILLPAKKE.



Ding-ding-ding-ding-ding. Alle kender lyden af Hjem-IS-bilen, som ud over desserten i form af is også snart tilbyder hovedretten til kunderne. Et samarbejde mellem Danish Crown, datterselskabet Friland og Hjem-IS betyder nemlig, at man kan købe en luksusgrillpakke med Friland-produkter direkte fra kølerummet i isbilerne.

Grillpakken indeholder bl.a. to Frilandsgris Frankfurtere der er produceret af Tulip Food Company, og hitter i 7-Eleven. I Holsted glæder produktchef Klaus Tonny Hansen sig over, at Hjem-IS-kunder vil kunne sætte tænderne i den

populære frankfurter samt Friland Angus-burgerbøffer og Friland Limousine-grillsteaks.

- Samarbejdet med Hjem-IS er et eksempel på, hvordan vi kan synliggøre og sælge vores kvalitets- og velfærds-koncept ad andre kanaler direkte til slutbrugere med interesse for velfærd, siger Klaus Tonny Hansen.

Hjem-IS tilbyder i forvejen en kasse med 8 X 140 gram burgerbøffer på frost lavet af Friland Kødkvæg, og der er gode forventninger til samarbejdet.





DANSK OKSEKØD MED ET STREJF AF URUGUAY

VIDENSKABELIG METODE BAG UDVIKLING AF OKSEKØD AF HØJ KLASSE I DANISH CROWN BEEF.

Lækkert dansk oksekød med stolte håndværkstraditioner og et strejf af Uruguay.

Det er opskriften på et samarbejde med Aarhus Universitet, som Danish Crown Beef for første gang har forsøgt sig med i bestræbelserne på at kunne levere højreb af ekstraordinær høj kvalitet til sine kunder i restaurationsbranchen og detailhandlen.

Det sydamerikanske strejf kommer fra den uruguayanske agronom Clementina Álvarez, der har et speciale fra universitet i kvæg- og landbrugsproduktion fra sit oksekøds glade hjemland.

- I Uruguay sætter vi stor pris på oksekød. For mig er Danmark en rollemodel på dette område. I har en høj professionalisme, I har opnået gode globale resultater, og her arbejder alle i

den samme retning, siger 26-årige Clementina Álvarez.

MODNES SOM OST OG VIN

Det seneste halve år er hun gået systematisk til værks i sine forsøg på at finde frem til, hvordan Danish Crown Beef bedst kan udvikle de gode råvarer i sit modningsrum, hvor tusindvis af højreb fylder reolmeter efter reolmeter i et helt specielt styret miljø.

- Vi anser kødmodning som et håndværk – en profession på linje med oste- og vinfremstilling. Derfor er det vigtigt at vide, hvordan vi styrer modningsprocessen, og hvilken betydning det har, hvis vi ændrer på delelementer af modningen, alt sammen for at vi kan få det bedst mulige produkt, siger Business Development Manager i Danish Crown Beef Jacob Snog Ærenlund.

Slagteriarbejder Karsten Knudsen er uddannet butiksslagter og har til opgave at sørge for, kødet får den optimale behandling. Han forklarer, at dry-aged er en meget gammel metode, hvor kødet modnes ved tørring.

- Selv om Danish Crown Holsted er Europas største kreaturslagteri, så kan vi godt lave sådan en mindre specialproduktion ligesom den lille slagter, siger Karsten Knudsen på.

At det moderne slagteri har sine plusser, er Business Development Manager Jacob Snog Ærenlund enig i.

- Holsted har givet os ekstra muligheder, for her slagter vi 900 kreaturer om dagen, så vi har et stort udvalg at vælge imellem til gourmetprodukter, siger han.





FARVEL TIL KJELD

Mere end 300 mennesker var mødt op til afskedsreceptionen på Værket i Randers, for at hylde Kjeld Johannesen for den kæmpe indsats han har ydet gennem de seneste 46 år.

Danish Crowns formand Erik Bredholt, der ikke lagde skjul på, at det var med vemod, han gik på talerstolen, sagde

- Kjeld, det her er ikke en dag, jeg har glædet mig til, sagde han og fortsatte
 - Kjeld du har givet dig max. for Danish Crown, og det har altid været Danish Crown først. Du afleverer Danish Crown i den bedste form, virksomheden har været i nogensinde. Du har i din tid udviklet Danish Crown til at være en international koncern. Du stopper helt på toppen som topchef for en af Danmarks største virksomheder og en af verdens største på sit felt. Vi kommer med sikkerhed til at savne dig. Tak for din store indsats, sagde Erik Bredholt.

Efter en række personlige taler sluttede Kjeld Johannesen selv af med at gå på talerstolen.

- Da jeg trådte ind på slagteriet i Hurup for 46 år siden, kunne jeg ikke tro, at jeg ville stå her i dag. Det har været en fantastisk rejse sammen med mange af jer. Tak for den støtte, I har givet mig, sagde Kjeld Johannesen, der også rettede en særlig tak til Danish Crowns medarbejdere.

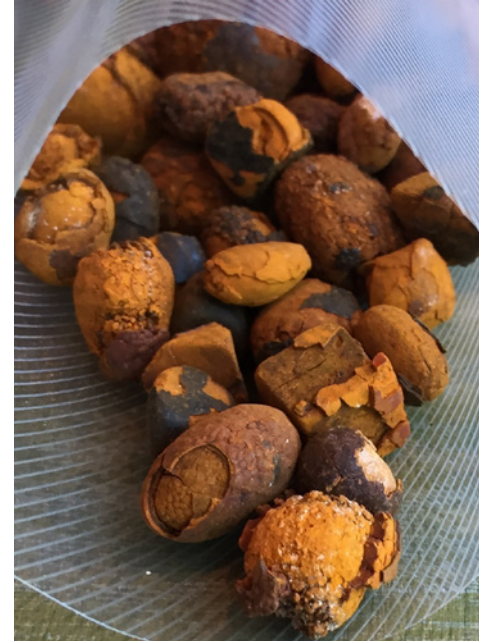
- Jeg vil først og fremmest huske Danish Crowns medarbejdere og deres vilje til at kæmpe for virksomheden, sagde Kjeld Johannesen.

Kjeld Johannesen slutter med udgangen af marts måned.

GALDESTEN IND-BRAGTE FORMUE

For nylig afsatte Danish Crown 101 g galdesten til en kiloprpris svarende til 43.000 kr. i Hongkong, hvor den sjældne vare menes at kunne kurere diverse lidelser. Galdestenene var blevet indsamlet i de seneste måneder på slagteriet i Holsted.

- Vi opbevarer stenene i en særlig boks, indtil vi har en passende mængde at sælge af. Den høje pris for galdesten har øget vores fokus på varen, så nu begynder vi også at samle ind fra vores kreaturslagterier i Husum i Tyskland, Sverige og Sokolow i Polen, fortæller senior manager export Jacob Rahbek Pedersen, Danish Crown.



DYNAMISK DUO I JAPAN

Med et årligt salg på 2,9 mia. kr. er Japan et af Danish Crowns vigtigste markeder. Derfor var det oplagt for Danish Crowns nye Group CEO Jais Valeur at aflægge visit hos kunder fra den japanske kødindustri og detailhandel.

- Jeg besøgte Japan for første gang i 1989 og har lært, hvor meget gensidig tillid og langvarige relationer betyder i landet. Samtidig har jeg aldrig oplevet et land med så stort fokus på kvalitet, siger Jais Valeur.

Jais Valeur havde følgeskab af sin forgænger som Group CEO, Kjeld Johannesen, der gennem årene har opbygget et tæt og tillidsfuldt samarbejde med en lang række japanske kunder.



ELEVBESØG I HORSSENS

Danish Crown i Horsens får henover foråret besøg af elever fra forskellige skoler i Horsens Kommune. Formålet er, at de unge skal se Danish Crown som et sted, det vil være godt at uddanne sig og arbejde i fremtiden.

Besøget kommer som led i "Projekt Samspil", hvor elever fra 4. og 6. klasse i Horsens Kommune lægger planer for, hvordan de kan udleve deres fremtidige karrieredrømme.

- Det er godt, at vi kan få afmystificeret slagteriet ved at vise de unge, hvordan vi arbejder. På den måde håber vi, at vi kan påvirke de unge i en positiv retning, så vi kan skaffe kvalificerede medarbejdere i fremtiden, forklarer Agnete Poulsen, chef for Danish Crowns besøgsafdeling.



HÆDER TIL SOKOLOW-PRODUKTER

Produkter fra Danish Crowns polske datterselskab Sokolow fik tre priser i den femte udgave af den nationale forbrugerundersøgelse, "The Best Product 2016 – Consumers' Choice". Sokolows produkter blev hædret i kategorierne "Pølser", "Kabanos pølser" og "Charcuteri-produkter".

DANSKPRODUCERET KØD FRA JAPANSK WAGYU-KVÆG

Det kribler i Morten Holm, indehaver af Kødbilen ved Torvehallerne i København, for tiden. Som en af to slagtere i Danmark modtog han nemlig tidligere på året et parti kød fra dansk opdrættet Friland-kvæg fra Friland.

- Wagyu-kød regnes af mange for verdens bedste oksekød. Og i år slagtes kun to wagyu-dyr her i landet, så jeg får en eksklusiv vare, jeg aldrig før har haft i mit sortiment. Men jeg er overbevist om, at det skulle have masser af smag på grund af dets høje fedtmarmorering, siger Morten Holm.

At det såkaldte kobekøds smag er i absolut særklasse, bekræfter den anden modtager af wagyu-kød – Flemming Brix, slagter i Kvickly i Silkeborg.

- Vi er helt oppe at køre i butikken. Da jeg senest havde kobekød i køledisken for tre år siden, investerede jeg i en culotte. Den var fire gange dyrere end en angus-culotte, men jeg har aldrig smagt noget så mørt og smagfuldt. Det var nærmest voldsomt og en oplevelse, jeg husker. Kobekød er for dem, der vil smage det ypperste uden at skele til prisen, fastslår Flemming Brix.

VOKSER LANGSOMT

For nylig var han og slagter Morten Holm i Finderup ved Viborg for at se 'deres' dyr hos landmand Søren Vester, landets første producent af wagyu-kød og leverandør til Friland, et datterselskab af Danish Crown. I samarbejde med Friland har han produceret wagyu-kvæg siden 2008 ved siden af sin større bestand af angus-køer, som han også leverer til Friland.

DEN GODE HISTORIE

- At have wagyu-kød i min forretning handler ikke kun om kød, men også om at fortælle en god historie og tilbyde kunderne en oplevelse ved at vise, hvad der foregår på markedet. Flere og flere går op i god smag og dyrevelfærd, og at de faktorer kan kombineres, er wagyu-kød et eksempel på, siger Morten Holm.





METTE ER PÅ BESØG
HOS SVEN MIDTGAARD
FOR AT FØLGE OP PÅ
RESULTATERNE AF DEN
PLAN DE SAMMEN HAR
LAGT FOR BESÆTNINGENS
FODERSTYRKE.





GOD SPARRING OG VEJLEDNING I SVÆRE TIDER

EN INTEGRERET
SVINEPRODUCENT VED
AARS ANSER DANISH
CROWNS RÅDGIVNING
SOM EN GOD HJÆLP
TIL AT MANØVRERE
GENNEM KRISETIDER.

KOM TÆT PÅ EJERSERVICE

I en række artikler går vi tæt på Ejerservices rådgivere. Vi lagde ud med Per Knudsen. Derpå fulgte Kristian Jensen, mens Rikke Lassen Jensen optrådte i februarudgaven i indsigt. I dette nummer af bladet tager vi med Mette Dahlmann på rådgiverbesøg.



Spørgsmålet er, om vi kan øge formalingsgraden, uden at det går ud over de 500 søer, siger integreret svineproducent Sven Midtgaard.

Bemærkningen er henvendt til konsulent Mette Dahlmann, Danish Crown Ejerservice, som er i gang med at studere og lugte til hans foderblanding i en fodervogn på staldgangen på Thorsgaard ved Aars.

- Ja, det er udfordringen ved at gå over til en finere formaling, hvor man bruger den samme mølle til søer og slagtesvin, fordi man vil skruer op for formalingsgraden og derved øge grisenes foderudnyttelse og tilvækst, konstaterer Mette Dahlmann.

Netop den målsætning har Sven Midtgaard arbejdet på det seneste års tid som det ene af to led i en plan, hvor kødprocenten skal op og foderforbruget ned.

Planen har han som abonnent på Rådgivning - Ejerservices tilbud om konsulentvejledning to eller fire gange årligt - udarbejdet med Mette Dahlmann.

- Vi aftalte bl.a., at jeg for at nedsætte foderforbruget skulle opgive vådfoderet i smågrisetalden, fordi det gav for store restmængder i anlægget, fortæller Sven Midtgaard, som leverer 7.000 UK-grise om året til Danish Crown.

SMÅ MARGENER

Han forklarer sine tiltag med en presset økonomi.

- I krisetider opererer vi med små margener og er tvunget til at finde løsninger. Det får mig til virkelig at have fokus på, hvordan jeg kan få

så mange grise igennem som muligt i stedet for at sælge dem dårligt som smågrise pga. den lave puljenotering, siger Sven Midtgaard.

Med stadig mere specialiserede produktionsforhold ser han Danish Crown Rådgivning som en god sparringspartner.

- Mette ser på bedriften med andre øjne og kan komme med ideer udefra. Og ved at komme på besøg to gange om året kan hun følge udviklingen, siger Sven Midtgaard.

Netop tallene for de seneste måneders leverancer af svin er han og Mette Dahlmann gået i gang med at kigge på over en kop kaffe i stuehuset på Thorsgaard.

- Det ser godt ud. I løbet af februar og marts har du, blandt andet ved at gå over til en enhedsblanding til slagtesvinene, løftet kødprocenten, med en procent, så den er helt oppe på 61,1 procent, konstaterer Mette Dahlmann.

GOD GENETIK

Hun hæfter sig desuden ved, at kødprocenten fulgte med i december og januar trods en slagtevægt på 90 kilo.

- Det viser, at dine grises genetik er i orden. Ellers ville de have dannet fedt, hvor dyrene ikke har genetik for at danne kød. Det duer ikke, for vi vil have kød. Nu skal vi se, om du ved at øge foderstyrken til 3,10 kan presse dem mere for at øge tilvæksten, uden at det går ud over foderforbruget, siger Mette Dahlmann.

Om det lykkes, får hun og Sven Midtgaard en idé om ved Mette Dahlmanns næste rådgivningsbesøg på Thorsgaard sidst i maj.





ET ELEMENT I FRILANDS NYE "FRI"-KAMPAGNE ER PLAKATER TIL LÆSKURE.



Hvert udsagn fortælles af Friland-leverandører med navn og titlen 'frilandmand'.

NU SÆTTER FRILAND ØKOLOGIEN FRI



FRI ER NØGLEORDET I FRILANDS NYE "FRI"-KAMPAGNE, SOM SKAL RUSTE VIRKSOMHEDEN TIL ØGET KONKURRENCE PÅ MARKEDET FOR ØKOLOGISK KØD MED BUDSKABER SOM 'VORES DYR HAR PLADS TIL **FRI** BEVÆGELSE'.

'Vi er **FRI** til at dyrke vores passion for dyrevelfærd'. 'Vores køer græsser på marker, der er **FRI** for sprøjtemidler'. 'Vores grise bliver født i det **FRI** på danske marker'. Sådanne budskaber, fortalt af navngivne Friland-leverandører, vil forbrugere kunne se, høre og læse fra 11. april.

Bla. i Københavns metro, på billboards ved supermarkeder, indfaldsveje og busstoppesteder, i radiospots og på YouTube samt bannerreklamer på Facebook. På de forskellige platforme lancerer Friland nemlig en kampagne, der skal øge forbrugernes kendskab til og forkærlighed for virksomhedens produkter.

- Vi står stærkt på markedet, men midt på året udfordres vores position af nye konkurrenter som Thise&Ko samt DanePork. Den udfordring skal vi være forberedt på og klar til tage op. "FRI"-kampagnen er en del af den strategi, forklarer Frilands CEO, Henrik Biilmann.

VELFÆRD, ØKOLOGI OG FÆLLESSKAB

Kampagnens nøgleord, **FRI**, indgår i en række udtalelser om dyrevelfærd - 'Vores dyr har adgang til **FRI**sk luft hele året' - moderne økologi - 'Vores grise får GMO **FRI**t foder' - og fællesskabet - 'Vi er **FRI** til at beskytte naturen og miljøet'.

Hvert udsagn fortælles af Friland-leverandører med navn og titlen 'frilandmand'.

- Ved at lade landmændene kommunikere om 'vores grise' og 'vores køer' personificerer vi Friland og viser ildsjælene bag virksomheden. Samtidig slår vi på, at vi har været her siden

1992 og på den måde har været med hele vejen, når det handler om økologi og dyrevelfærd, siger Henrik Biilmann.

At kampagnen baseres på Frilands økologiske landmænd, forklarer han med en forventning om at møde den kraftigste konkurrence på dette område.

Ved at lade landmændene kommunikere om 'vores grise' og 'vores køer' personificerer vi Friland og viser ildsjælene bag virksomheden.

Henrik Biilmann, CEO for Friland

- Desuden går vi ud fra, at kampagnen vil smitte af på Frilands øvrige koncepter, påpeger Henrik Biilmann.

Kampagnens målgrupper er hhv. familier med børn under 12 år - og især mødre i disse familier, samt den modne kvinde på 55+, som køber økologi og miljøvenlige produkter, når det er muligt.

- Men andre er selvfølgelig også velkomne til at købe vores produkter, siger Henrik Biilmann med et smil.

DEN SPANSKE SVINEEKSPORT HAR KRONEDE DAGE, OG DANISH CROWN ER OPMÆRKSOMME PÅ KONKURRENTEN FRA SYD

Der har ikke været meget tid til siesta for de spanske svineeksportører de senere år. Faktisk har der næsten kun været fremgang i eksporten siden starten af 1990'erne.

Det er især i Østen, at den spanske svineeksport har fremgang, og det mærker man hos Danish Crown, der traditionelt har haft et stort marked der.

- I januar eksporterede Spanien for første gang mere svinekød til det japanske marked end Danmark gjorde. Det viser, at de har fået styr på højprismarkederne, og det tager vi alvorligt, forklarer Karl Christian Møller, der er chefanalytiker hos Danish Crown.

I første omgang får den spanske fremgang dog ikke direkte konsekvenser for Danish Crown.

- Men vi er selvfølgelig opmærksomme på, hvad der foregår omkring os. Vi undersøger også, om vi kan lære noget af spanierne, forklarer Karl Christian Møller.

LAVERE LØN I SPANIEN

Ifølge Karl Christian Møller er der flere grunde til, at det går så godt for den spanske svineeksport.

- Jeg tror, den primære grund er, at lønniveauet i Spanien er væsentligt lavere end i Danmark – men der er flere faktorer i spil, fortæller han.

Det bakkes op af en rapport fra SEGES, der viser, at lønnen blandt landbrugsmedarbejdere i gennemsnit er 69 kroner lavere i timen i Spanien end i Danmark.

ANDRE EJERFORHOLD

En anden faktor er ifølge Karl Christian Møller, at ejerforholdene i svinesektoren generelt er vendt på hovedet i Spanien i forhold til Danmark.

I Danmark ejes Danish Crown af landmændene, der også ejer smågrisene. I Spanien er det derimod slagterierne, der ejer smågrisene.



SPANSK GRISEFEST GIVER DANSKE PANDERYNKER

Slagterierne laver derefter længerevarende kontrakter med de enkelte landmænd. Kontrakterne definerer hvor mange slagtesvin, der skal produceres, og hvad svineproducenten skal have i løn for produktionen.

- Det giver de spanske landmænd den fordel, at når der er krise, har landmændene en stor virksomhed i ryggen – så konkurstruslen er ikke lige så stor for en spansk landmand som en dansk, forklarer Karl Christian Møller.

Slagterierne ejer også kødfordlingselskaber, foderstoffer og medicinalfirmaer.

BILLIGERE SPANSK KØD I ØSTEN

Den globale efterspørgsel på svinekød har været svag de seneste par år – særligt i Asien. Det har dog ikke holdt Spanien fra at blive ved med at udvide produktionen af slagtesvin.

Spanienerne har de laveste omkostninger i produktionen af slagtesvin, og de er derfor fortsat

med at producere, hvor resten af EU-landene træder på bremsen.

Den svage efterspørgsel og det fortsatte høje udbud af svin fra Europa gør, at prisen bliver holdt nede på det kinesiske og japanske marked. Derfor vinder Spanien markedsandele på de markeder.

Spaniens eksport er på vej mod samme niveau som Tyskland, der ellers hidtil har været Europas største. Karl Christian Møller forklarer, at en formildende omstændighed kan være, at den spanske eksport muligvis kan opleve det samme som den tyske, når den kommer tilpas højt op.

- I Tyskland stoppede fremgangen, da de nåede det nuværende eksportniveau. Markedet blev simpelthen mættet. Det samme kan ske for Spanien – men spanierne er dygtige eksportører, så de kan måske fortsætte lidt længere end Tyskland, forklarer Karl Christian Møller.



VELFÆRD

- FOR DYR OG MENNESKER

I de seneste uger har der været gang i debatten om dyrevelfærd. Det er et emne, der i den grad kan sætte sindene i kog – og som virkelig rammer ind i kernen af, hvad Danish Crown laver.

Det er Danish Crowns politik at være blandt de absolut førende internationale virksomheder inden for dyrevelfærdsmæssig korrekt håndtering af slagtedyr. Danish Crown forholder sig aktivt til dyrevelfærd og orienterer åbent og sagligt om selskabets politik på området. Vi følger lovgivningen, men anerkender også, at den hele tiden ændres og tilpasses omverdens nye krav.

Men først og fremmest forstår vi, at dyrevelfærd også er godt købmandsskab. Vi skal som en virksomhed, der slagter svin og kreaturer, have god forståelse for de følelser, der driver holdningerne hos en stadigt voksende gruppe af forbrugere.

Forbrugerne er nemlig forskellige. Nogle kunne aldrig drømme om at spise kød overhovedet og betragter det som en skandale, at der overhovedet findes slagteriproduktion som vores. Dem kan vi næppe nogensinde nå med vores produkter.

Men de flere og flere, der gerne vil have klar besked og betale lidt flere penge for produkter, hvor dyrevelfærden er særligt god – dem kan vi nå, og dem skal vi nå.

Derfor har vi inden for både svin og kreatur en række koncepter med en ekstra dimension af dyrevelfærd. Det gælder eksempelvis Antonius, Bornholmergrisen, Dansk Kalv og Friland. Fælles for koncepterne er, at de kun har en berettigelse,

hvis vores kunder og i sidste ende forbrugerne føler, at de får noget for de ekstra penge, når de køber produkterne. For øgede krav til dyrevelfærden er også lig med højere produktionsomkostninger ude hos landmanden.

Derfor er Danish Crown en varm tilhænger af det statslige dyrevelfærdsmærke, som blev påbegyndt som projekt under en tidligere regering, og som stadig er på den politiske dagsorden. Ordningen vil betyde, at kødprodukter vil kunne opnå henholdsvis 1, 2 eller 3 stjerner alt efter, hvilket niveau for dyrevelfærd der har været tale om i produktionen.

Hermed vil forbrugerne få et reelt, oplyst valg efter nogle klare kriterier. Vores specialgrise vil få de fineste karakterer. Men også den konventionelle, danske svineproduktion vil kunne få anerkendelse for en dyrevelfærd og "ordentlighed", der er langt bedre end meget af det udenlandske kød, vi også konkurrerer med på det danske marked.

Debatten vil fortsætte, men det er vigtigt for alle Danish Crown-medarbejdere at huske, at vi til enhver tid kan holde hovedet højt. Vær ikke bange for diskussionen ude ved familiemiddagen, ved skolemødet eller over hækken. Danish Crown lever op til alle lovkrav til dyrevelfærd og er desuden førende, når det drejer sig om produkter, der efterkommer særlige ønsker til kvalitet og dyrevelfærd.

En ting er velfærd for dyr. En anden er velfærd for mennesker – her forstået som alle os, der arbejder i Danish Crown.

Som bekendt laver vi de tilbagevendende DC-Check-målinger for at have fingeren på



JAIS VALEUR, GROUP CEO
BLOG, 18.03.2016

pulsen. Her er det kommet frem, at et voksende antal medarbejderne i vores danske produktionsenheder ikke føler, at de bliver anerkendt for den indsats, de yder – og at motivationen er faldende. Det er et faresignal, og det skal vi tage alvorligt.

Som ny topchef er det tydeligt for mig, at medarbejderne er både dygtige og engagerede. Vores kolleger i produktionen er også fleksible og loyale – tager gerne en fridag i stille perioder og overarbejde i de travle, hvis firmaet har brug for det.

Vi kan og skal huske at anerkende de medarbejdere, der hver dag møder på arbejde og yder en indsats for Danish Crown. Derfor her et lille råd til ledere på alle niveauer: Husk at hilse på alle medarbejdere – også selvom der er travlt i produktionen. Det er også velfærd.