

Bedre data
Ejer-appen har fået nye funktioner, og de skal give bedre data på dashboardet.
s. 4-5

Ringsted
Danish Crown oplevede i slutningen af juli et større udbrud af corona i Ringsted.
s. 12-13

Beef er med igen
Efter at have udsat dyr som følge af COVID-19 er Beef igen med på slagtingerne.
s. 10-11

Indsigt

Klimakontrolleret

Danish Crowns certificeringsprogram "Klimavejen" bliver nu helt synligt for de danske forbrugere. Kampagnen Klimakontrolleret Gris skal nemlig fortælle om de mange fremskridt.

s. 6-9



Leder

- 3 En samlet koncern

Koncern

- 12 Ringsted dag for dag – sådan skete udbruddet
- 14 Danish Crowns tiltag mod COVID-19
- 15 Alle COVID-19 tests i Horsens og Blans var negative
- 16 Danish Crown støtter op om fleksibel pension
- 18 Danish Crown Foods lander den største dåseordre til USA nogensinde
- 20 Tulip har fået nyt logo

Gris

- 4 Fodereffektivitet bliver snart tilgængelig på dashboardet
- 6 Klimaindsats bliver synlig i køledisken
- 8 Klimakontrolleret – Sådan kommer kampagnen til at forløbe
- 17 Optimal udlevering
- 22 Antonius-relancering har fået en stærk start
- 24 Foder til frilandsgrise skal snart være vegetabilsk
- 25 Økologisk landmand tilbyder overnatninger på grisemarken
- 28 Husk at justere foderet ved ny høst

Kreatur

- 10 Danish Crown Beef har indhentet slagtingerne i godt samarbejde med andelshaverne
- 19 Kendskab til Dansk Kødkvæg blev øget i samarbejde med Coop

Noter

- 26 Noter

s. 19 → Sammen med Coop har Danish Crown Beef lavet en større opmærksomhedskampagne omkring Dansk Kødkvæg, så slagtemestrene kan fortælle den gode historie.



s. 20 → Tulip har fået et nyt logo, som kombinerer de mange detaljer mere simpelt. Det gør det nemmere for forbrugerne at identificere produkterne.



s. 24 → Foder til frilandsgrise skal fra 1. september 2020 være vegetabilsk. Dog er mælkeprodukter undtaget.



Indsigt

Danish Crowns blad til andelshaverne.
Udkommer 8 gange årligt.
Oplag på 8.500 stk.
Redaktør: Aske Gott Sørensen.
Ansvarshavende redaktør: Astrid Gade Nielsen.

Layout: Campfire & co.
Design/koncept: Kontrapunkt.
Tryk: Stibo Complete®.
Kontakt redaktionen på:
askgs@danishcrown.dk

En samlet koncern

Kære andelshaver
Der er sket meget i vores virksomhed siden sidste udgave af indsigt. COVID-19 bliver ved med at være en faktor, vi skal forholde os til. Både i samfundet, men også i vores egen forretning, hvor vi i slutningen af juli oplevede et udbrud på slagteriet i Ringsted, her endte vi med at lukke slagteriet ned midlertidigt. Indtil videre tyder alt dog på, at vi har fået brudt smittekæderne.

Medarbejderne i både Randers og Ringsted har lagt en kæmpe indsats for at komme det til livs, og nu venter arbejdet med at komme med igen på slagtingerne. Her vil jeg gerne kvittere for den fleksibilitet, I har udvist, når der skulle justeres på afhentningerne for at minimere tabet af slagtinger mest muligt. Det har været på skæve tidspunkter og til nye slagterier, men jeg har oplevet en vilje til at stå sammen og stå det igennem, som har været enorm.

Det samme har gjort sig gældende i Danish Crown Beef, hvor man, ovenpå COVID-19 og de dertilhørende nedlukninger af de europæiske samfund, nu igen er med på slagtingerne, og hvor andelshaverne har været en aktiv del af planlægningen sammen med folkene i Ejerservice i Holsted. Det har gjort processen bedre for alle parter, og jeg ved, at det er noget, man vil kigge endnu mere ind i gående fremad.

Selvom der har været udfordringer nok for vores virksomhed, så er det vigtigt for mig at sige, at vi står et godt sted. Vores strategi viser fortsat sit værd, og vi er i en situation, hvor samtlige forretningsenheder leverer på de mål, som er sat. Den underliggende drift i selskabet er god, og det har absorberet de skulp, vi har været ude for, så vi fortsat står solidt.

Nu står vi igen sammen, om end i en mere positiv sammenhæng, når vi lancerer kampagnen "Klimakontrolleret gris", som lige nu kører i samtlige danske detailkæder. Her bliver det

arbejde, som vi har lagt i vores bæredygtigheds-certificering Klimavejen gjort helt synligt for de danske forbrugere, og det er med til at vise, hvad en virksomhed som Danish Crown kan, når vi har overblik over hele værdikæden fra jord til bord.

Kampagnen er den største i den tid, vi har heddet Danish Crown, og I vil komme til at møde den både i gadebilledet, på radio og fjernsyn, sociale medier og alle andre tænkelige steder. Vi har lagt grundarbejdet over de seneste mange år, og nu skal vi have fortalt om alle de gode tiltag, som sker på vores bedrifter.

Det er en kampagne, som vi kan være stolte af, for det er et stort skridt på vejen mod vores bæredygtighedsmål om en halvering af klimapåvirkningen i 2030 og klimaneutralitet i 2050. I skulle gerne have modtaget et par eksempler på de plakater, danskerne lige nu bliver mødt af i gadebilledet, som I kan hænge op i frokoststuen eller et andet sted på bedriften.

Jeg håber, I vil bakke op om kampagnen.

Med venlig hilsen

Erik Bredholt, formand i Danish Crown



“
**Det er en
kampagne,
som vi kan
være stolte
af, for det er
et stort skridt
på vejen mod
vores bæredygtigheds-
mål.**”

”

Fodereffektivitet bliver snart tilgængelig på dashboardet

Der er kommet to nye funktioner i appen, hvor du henholdsvis kan indtaste dit foderforbrug fra fodercomputeren og en mulighed for at tilpasse status på dine grise på stald. Begge dele er med til at styrke overvågningen af effektiviteten hos dine grise uge for uge på dashboardet.

Tekst: Aske Gott Sørensen

Danish Crown Ejerservice har lanceret to nye funktioner i Danish Crowns Ejer-app. Det er funktionerne foderforbrug og status, som gør det muligt at tilføje ny vigtig viden på dashboardet.

Under status-funktionen kan du give en status på antallet af grise på stald. Det er nødvendigt for at få korrekte data i beregningen af dynamisk tilvækst på dashboardet og indtil nu skulle tallet sendes på e-mail til Ejerservice efter aftale med rådgiveren. Jo oftere tallet opdateres korrekt, jo bedre vil de data, man får via den dynamiske tilvækst, være.

Når du opdaterer dit status-tal, vil ændringerne slå igennem på dashboardet dagen efter. Vælger du at give dine status-tal på CHR-niveau, vil du få data på hvert enkelt CHR-nummer – alternativet er en status på alle ejendomme, der i så fald vil vise data for alle dine grise uanset site.

Det er vigtigt, at du gør dig klart, hvilket niveau du vil have dine data på, da det bliver låst. Hvis du vælger at gøre det på CHR-niveau, skal foderforbruget også tages på CHR-niveau og omvendt, hvis du vælger at taste for alle ejendomme.

Foderforbrug til fremtiden

Udover status-funktionen er der også kommet en mulighed for at indtaste sit foderforbrug i

“

Hvis man vælger at taste sit foderforbrug ind, så investerer man data i fremtiden.

”

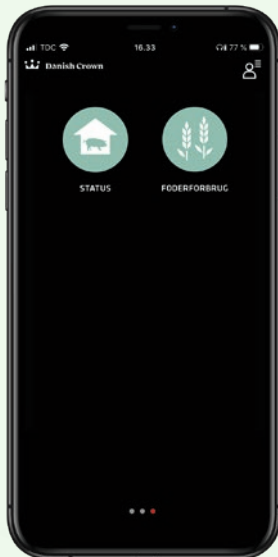
appen. Det kan kun ske, hvis din status er indtastet. Indtil videre er foderforbrug til dataopsamling, og planen er, at der til efteråret vil være en opgørelse over FEsv/kg. på Dashboardet. Samtidig vil der blive lavet statistik for foderforbrug, og det giver spændende perspektiver, fortæller Kristian Jensen, der er leder for rådgiverne i Danish Crown Ejerservice.

- Hvis man vælger at taste sit foderforbrug ind, så investerer man data i fremtiden, fordi man så vil være blandt de første, der får adgang til foderstatistikker på dashboardet. Generelt er funktionen noget, ejerne har efterspurgt, og foderet er den største omkostning både økonomisk og på bæredygtigheden, så når vi har noget statistik, der kan fortælle os, hvad vi gør godt og skidt, så er der store muligheder for besparelser, siger Kristian Jensen.

Foderforbruget kan enten tages ind som løbende aflæsninger eller som akkumuleret forbrug. Det tages enten i kg. eller som foderenheder, og det er afhængigt af ens statustal, om det skal tages på CHR-niveau eller for alle ejendomme.

Du er altid velkommen til at tage fat på Ejerservice på 8919 1920, hvis du har spørgsmål til Danish Crowns digitale løsninger. ●

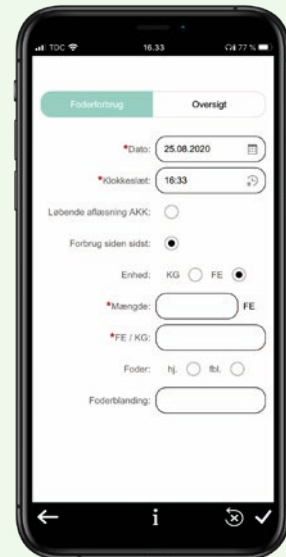
Vælger man at bruge de to nye funktioner i appen, vil man snart kunne aflæse sin fodereffektivitet på dashboardet og få en række statistikker på foder.



Du finder de to nye funktioner status og foderforbrug på sidste side i appen. Foderforbrug kan først indtastes, når der er udfyldt en status.



Status er opbygget ligesom de øvrige funktioner i appen, hvor der kan indtastes en status på antallet af grise på stald, samt ses en oversigt over det nuværende antal. Tallet kan indtastes for alle ejendomme eller på CHR-niveau, og når niveauet er valgt, er det låst.



Foderforbruget indtastes enten som løbende aflæsninger eller som akkumuleret forbrug. Om det tages på CHR-niveau eller for alle ejendomme er afhængigt af, hvad man har valgt at gøre under status. Hvis status er tastet for alle ejendomme, skal foderforbruget også tages for alle ejendomme.

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.

→ Danish Crown har taget store skridt, når det kommer til bæredygtighed, og det skal fortælles de kommende uger, når kampagnen "Klimakontrolleret Gris" løber af stablen.



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 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 bæredygtigheds certificering Klimavejen, hvor andelshaverne har leveret bæredygtighedsdata for hver enkelt besætning. Samtidig har Danish Crown også på fabrikkerne leveret besparelser, og det bliver tilsammen 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 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.

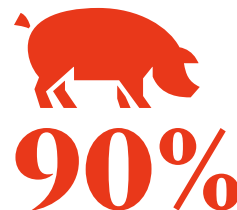
Når den danske regering sætter mål for CO₂-reduktion, så sker det med 1990 som udgangspunkt. Danish Crown beregner klimaaftrykket i forhold til 2005, da der ikke på nuværende er indsamlet et tilstrækkeligt datasæt til at beregne forbedringerne med 1990 som udgangspunkt.

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



25%

Så mange procent er klimaaftrykket for et kilo dansk grisekød fra Danish Crown reduceret med siden 2005.



90%

af de danske grise kommer fra klimacertificerede gårde.

Klimakontrolleret – Sådan kommer kampagnen til at forløbe

Kampagnen "Klimakontrolleret Gris" er den største i Danish Crowns historie. Forbrugerne skal have klimaindsatserne i Danish Crown helt ind under huden, og herunder kan du se de forskellige elementer i kampagnen.



Avis

Læserne af Jyllands-Posten og Politiken vil blive mødt med annoncer, der fortæller om rejsen mod klimaneutral gris i 2050 samt andelshaverne arbejde med klimacertificeringen Klimavejen.



TV og Radio

Michael Nielsen, der er andelshaver på Sjælland og en del af Danish Crowns bestyrelse, bliver frontperson på de tv-reklamer, der kommer til at rulle over skærmen på alle danske kanaler. Reklamerne kører fra uge 35 til og med uge 37 og igen i slutningen af oktober.



←
I bybilledet
 Ved indgangen til supermarkeder og på busstoppesteder vil de danske forbrugere blive mødt med budskaberne om, at alle grise ikke kan skæres over en kam, og at danske grise er mere klimavenlige, end man tror. Det er et par af de plakater, som bliver lavet for at få danskerne til at stoppe op og tænke over klima-aftrykket på dansk gris.



↑
Sociale medier

Flere af Danish Crowns andelshavere er blevet sat i spil på de sociale medier, hvor der er produceret film om alle de mange tiltag, som bliver gjort gennem Klimavejen. Det foregår både på Facebook, Instagram, YouTube mm.



↑
Detailhandlen

Kampagnen omkring Klimakontrolleret Gris er lavet i samarbejde med hele den danske detailhandel, hvor alle kæder har købt ind på konceptet. Derfor er der både blevet lavet en lang række materialer, som kan bruges i butikkerne omkring køledisken og andre relevante steder. Samtidig er der også blevet lavet en digital pakke til de forskellige kæder, som kan bruges på deres hjemmeside og sociale medier.

Danish Crown Beef har indhentet slagtingerne i godt samarbejde med andelshaverne

Da COVID-19 for alvor gjorde sit indtog i Danmark og resten af Europa, valgte Danish Crown Beef at opfordre andelshaverne til at holde dyrene hjemme til bedre priser. Det skabte naturlige udsættelser, men slagterierne i Holsted og Aalborg er nu med igen.

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 her 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 Beef Ejerservice.

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

“
Her har medarbejderne været med hele vejen og lagt en stor indsats for at servicere andelshaverne.
”

- 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, så 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.

Sammen om planlægningen

I forbindelse med at tempoet blev skruet op, og antallet af dyr til slagting blev flere, gik Danish Crown Beef Ejerservice i tæt dialog med andelshaverne omkring puklen af slagtedyr. Her blev især SMS'er en vigtig kommunikationskanal for at sikre, at de andelshavere, der fik udsat dyr, fik en besked. Dermed kunne andelshaveren reagere, hvis konsekvenserne var for store og Ejerservice i dialog med vognmanden kunne sikre at de kom væk.

- Vi har haft et rigtigt godt samarbejde omkring afhentningerne med andelshaverne. Vi har tilstræbt at holde et højt informationsniveau og en



god dialog om, hvornår hvilke dyr skulle afhentes, og hvem der kunne holde dyrene hjemme lidt endnu. Det har vi fået mange positive tilkendegivelser på, så det er helt sikkert noget, vi kommer til at gøre mere brug af fremover, siger Solvejg Horst Petersen.

Enkelte andelshavere vil fortsat opleve, at deres dyr kan blive udsat, men det er et spørgsmål om at få kabalen til at gå bedst muligt op, når der skal fyldes lastbiler. Ejerservice i Beef vil nu til at se nærmere på, hvordan den daglige kontakt omkring afhentning kan blive endnu bedre.

- Andelshaverne må meget gerne tage fat i enten Ejerservice-kontoret eller mig, hvis de har input til, hvordan vi kan optimere vores service, siger Solvejg Horst Petersen. ●



Vil du have besøg af Ejerservice?

I Ejerservice Beef har vi et ønske om at komme i tættere dialog med jer, der er andelshavere. Har du et arrangement, hvor det kunne være relevant at Ejerservice deltager, så hører vi meget gerne fra dig. Det kan være dit næste ERFA-møde eller lignende kvægfaglige arrangementer.

Kontakt gerne Solvejg Horst Petersen på 5119 8623.



Samarbejdet mellem Danish Crown Beef og andelshaverne har gjort processen omkring afhentning meget mere smidig. Samtidig har medarbejdere lagt en stor indsats for at indhente slagtingerne.

Ringsted dag for dag – sådan skete udbruddet

Danish Crowns slagteri i Ringsted blev i slutningen af juli ramt af et udbrud af COVID-19. Siden blev slagteriet både lukket ned og genåbnet, og herunder kan du få et tilbageblik på udviklingen.



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, bliver anmodet om ikke at møde på arbejde, før de er 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.

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 positiv 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 i Ringsted 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 vil trappes op 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.

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.

I Danish Crown er der blevet sat adskillige initiativer og værktøjer i spil for at hindre spredningen af COVID-19 blandt koncernens medarbejdere. Få en gennemgang af tiltagene mod COVID-19 herunder.

Danish Crowns tiltag mod COVID-19

Tekst: *Martin Christensen*

Lige siden spredningen af COVID-19 startede i Danmark, havde Danish Crown begyndt at forberede forskellige tiltag.

Derfor blev der allerede tilbage i marts, efter statsminister Mette Frederiksen lukkede Danmark ned, sat en række initiativer i værk. Folk skulle arbejde hjemmefra, man ændrede arbejdsformer, så medarbejderne kunne holde afstand til hinanden og obligatorisk håndsprit på alle arbejdspladser blev indført. Samtidig blev der også indført rejserestriktioner, og alle eksterne og interne besøg på forskellige sites skulle godkendes.

Danish Crowns håndtering af COVID-19 har naturligvis hele tiden været i tråd med anbefalingerne fra myndighederne. Ofte er Danish Crown gået et skridt længere for at beskytte medarbejderne og produktionen.

Yderligere tiltag efter Ringsted

Indtil slutningen af juli var arbejdet med at forhindre spredning af COVID-19 i Danish Crown relativt vellykket uden stor smittespredning.

Det store udbrud i Ringsted fik dog sat en stopper for succesen, og man satte alle sejl ind efter at stoppe smittespredningen.

Danish Crown indledte et tæt samarbejde med sundhedsmyndighederne og fik hurtigt sat et testcenter op ved slagteriet og temperaturmåling blev indført på alle danske fabrikker og senere også hovedkontoret i Randers. I samme uge blev mundbind obligatorisk på alle danske fabrikker, og man igangsatte en teststrategi i Ringsted, der betød, at medarbejderne skulle testes to gange ugentligt.

Arbejdet fortsætter

Slagteriet i Ringsted er blevet åbnet igen efter nedlukningen. I mellemtiden er fundamentet for en teststrategi blevet lagt, efter alle medarbejdere i Blans og Horsens gennemgik tests, der alle var negative.

Arbejdet fortsætter derfor med at sørge for, at tiltag og guidelines hele tiden er opdateret, og at man fremover har den mest effektive strategi til at forhindre smittespredning i Danish Crown. ●

COVID-19 tiltag:



Temperaturmåling ved alle indgange.



Obligatorisk mundbind på alle danske fabrikker.



Teststrategi i Ringsted med to gange ugentligt tests.



Alle COVID-19-tests i Horsens og Blans var negative

Alle medarbejdere i Horsens og Blans fik muligheden for at blive testet. Samtlige tests var negative, undtagen to, der blev modtaget som fejltests.

Tekst: Martin Christensen

Foto: Stock

Danish Crown havde i samarbejde med Region Midt og Syd og en privat aktør arrangeret mulighed for test af alle medarbejderne i Horsens og Blans fredag den 21. august.

Svarene på de mange test tikkede ind løbet af weekenden, og det var med gode nyheder. Alle tests var negative, undtagen to, som blev meldt som fejltests. Begge medarbejdere mødte ikke på arbejde, før de fik svar på en ny test.

- Vi er selvfølgelig rigtig glade for resultatet, da det viser, at der er godt styr på håndteringen

“

Nu hvor resultaterne er tikket ind, begynder arbejdet med et lægge en udførlig teststrategi.

”

af COVID-19, og at vores forbyggende arbejde virker, siger Per Laursen, produktionsdirektør i Pork.

Meningen med testningen af medarbejderne i Horsens og Blans var blandt andet at danne et grundlag for teststrategien på de andre produktionsites, men også for at skabe en baseline, man kan træffe fremtidige beslutninger ud fra.

- Nu hvor resultaterne er tikket ind, begynder arbejdet med et lægge en udførlig teststrategi for de resterende sites i koncernen, så vi gør det på den mest effektive måde, siger Per Laursen. ●

Arbejdet med at skabe gode rammer på arbejdspladsen for medarbejderne, er ikke nyt for Danish Crown. Derfor lagde Danish Crown lokation til, da regeringen meldte et udspil til ny pensionsreform ud.

Danish Crown støtter op om fleksibel pension

Tekst: Aske Gott Sørensen

Foto: Red Star

Når man er en stor arbejdsgiver, har man også et stort ansvar. Danish Crown beskæftiger knap 23.000 mennesker, som repræsenterer 80 nationaliteter. Derfor er "gode jobs til alle" én af fem prioriteter i Danish Crowns bæredygtighedsstrategi. Det betyder blandt andet, at Danish Crown investerer 400 mio. kroner årligt i forbedret arbejdsmiljø.

Derfor valgte Danish Crown også at støtte op om en fleksibel pensionsreform, da regeringen meldte ud på slagteriet i Horsens.

- I 2017 gik vi forrest for en mere værdig tilbage-
trækning ved sammen med Fødevareforbundet NNF at introducere en seniorordning. I 2020 blev denne indskrevet i Fødevareforbundet NNF's overenskomststafte med Dansk Industri, og seniorordningen gælder nu for alle medarbejdere på danske slagterier. Vi glæder os over, at regeringen nu præsenterer et forslag, som trækker i samme retning, som vores mål - at vores medarbejdere kan løfte og lege med deres børnebørn, når de går på pension, siger Erik Bredholt, der er bestyrelsesformand i Danish Crown.

Samtidig understreger Erik Bredholt at Danish Crowns værtskab ikke skal ses som en tilslutning til et bestemt parti, men som en opbakning til ideen.

- Vi støtter op om en løsning for nedslidte medarbejdere, uanset hvem der måtte komme

med den. Vi blander os ikke i, hvordan den skal finansieres eller skrues sammen.

Et af kritikpunkterne er, at det vil føre til mangel på arbejdskraft, men Erik Bredholt er ikke nervøs for, at slagterierne bliver tømt for medarbejdere.

- Vi kommer ikke til at se en flugt af medarbejdere over én kam. Den bedste måde, vi kan tiltrække flere til slagterifaget, er at gøre det attraktivt for unge mennesker at vælge slagtervejen. Derfor arbejder vi hele tiden på at skabe bedre fysiske rammer på de danske slagterier. Med vores seniorordning og med et mere fleksibelt pensionssystem vil færre være bekymrede for at blive nedslidte, før de går på pension. Det, tror jeg på, vil tiltrække flere til slagterfaget. ●

Det handler ikke om opbakning til et bestemt parti, men til ideen om fleksibel pension, når Danish Crown lægger lokaler til regeringens ud-melding.



Optimal udlevering

*Det er ikke meget, der skal justeres, hvis udlevering skal forløbe smidigt.
Det er Demstrup Svineproduktion et godt eksempel på.*

Tekst: Aske Gott Sørensen

Foto: Morten Faueryby

Oskar Paulsen er ved at bakke bilen til ved Demstrup Svineproduktion tæt ved Mariager. Det er dagens andet træk, og grisene står klar i udleveringsrummet, så de kan løbe ombord, når lastbilen bliver åbnet. I et aflukke ved siden af, står to brokgrise, som skal vurderes inden de øvrige kan slippes fri, og det er noget af det, der er med til at gøre det nemmere at læsse grise, fortæller chauffør Oskar Paulsen.

- De finder altid brokgrisene frem, og fortæller hvor mange der er, inden vi går i gang. Så skal vi ikke bøvl med at finde dem frem bagefter. Samtidig kommer de ud på rampen, hvor jeg syner dem, og hvis jeg ikke vil have dem med, så kommer de ind igen uden brok.

Efter vurderingen af brokgrisene, som begge får lov at løbe ombord, er det tid til at fylde lastbilen, og små 20 minutter senere er lastbilen klar til at køre derfra.

- Grisene er altid klar, og de kommer i et jævnt flow. Det er vigtigt at drive grisene gruppevis uden stress. Det er med til at sikre en skånsom læsning, som de gør her ved Demstrup, siger Oskar Paulsen.

Thomas Prip Nielsen, der er medejer af Demstrup Svineproduktion, er med til at læsse sammen med sin medarbejder Yevgeniy.

- Vi skal altid være klar, så vi ikke stresser med udleveringen. Hvis vi leverer tidligt om morgenen, så er det som regel kun en mand, der udleverer, men ellers så er vi altid to mand. Samtidig er det bare vigtigt, at vi kun leverer transportegnede grise, og det er jo vanskeligt, men det er chaufføren, der bestemmer, og længere er den



ikke. Så det er vigtigt, at vi har dialogen, siger Thomas Prip Nielsen.

Selvom der ikke er store overraskelser i den måde, som Demstrup Svineproduktion arbejder på, så er det ifølge Henrik Ringskær, der er logistikdirektør ved SPF, et godt eksempel på, hvordan det kan gøres smidigt.

- Vi oplever, at det foregår lidt forskelligt, hvilket er helt i orden. Der bør altid være et aflukke ved rampen, hvor grise kan kontrolleres enkeltvis eller blive skilt fra. Grise, der går i flokken, bør alle have været igennem en intern kontrol på ejendommen og være uden nogen lidelser. Er der tvivl om grisens transportegnethed sættes grisen i aflukke, så chaufføren kan foretage ekstra kontrol. Det opfordres til, at man løbende gennemgår materialet fra Fødevarestyrelsen og fra SEGES for medarbejderne, samt at man tager en snak med chaufføren, så vi sikrer, at vi får den optimale arbejdsgang det enkelte sted, siger han. ●

↑
Det er ikke de fysiske rammer på Demstrup Svineproduktion, der gør forskellen ved udlevering.

“
Grisene er altid klar, og kommer i et jævnt flow.
”

Danish Crown Foods lander den største dåseordre til USA nogensinde

Cirka 2.000 tons pork luncheon meat skal det kommende år sendes til den store amerikanske butikskæde Dollar Tree's 15.000 butikker i USA.



Det er da lidt et scoop. Sådan siger Jørgen-Ole B. Jensen, der export director i International i Danish Crown Foods, om en ordre til den amerikanske butikskæde Dollar Tree.

Ordren er på pork luncheon meat til Dollar Tree's 15.000 butikker på tværs af USA. Det bliver til cirka 2.000 tons pork luncheon meat om året, og det er den største ordre Danish Crown Foods har lavet til USA nogensinde.

- Det er en stor ordre, som kommer efter flere års dialog med Dollar Tree. Det er en stor amerikansk butikskæde, som vi længe gerne ville have en fod inden for døren i. Det kommer vi med denne ordre. Alle 2.000 tons skal produceres i Vejle, så det kommer til at bidrage til den i



Det er på fabrikken i Vejle, at de mange dåser pork luncheon meat skal produceres. Derfor har fabrikken også for nylig ansat flere medarbejdere for at følge med efterspørgslen.

forvejen positive udvikling, der har været på volumen på Vejle-fabrikken i år, siger Jørgen-Ole B. Jensen.

Begynder hurtigst muligt

Dollar Tree er en butikskæde, der som udgangspunkt kun sælger ting til 1,00\$ eller derunder. Derfor kommer pork luncheon meaten fra Danish Crown Foods også til at blive solgt til 1\$. Jørgen-Ole B. Jensen fortæller, at der i første omgang er tale om en aftale, der løber et år, men at det altid kommer an på, hvordan produktet performer.

- Hvis vores vare performer godt, bliver det formentlig forlænget, og vi forventer da, at det kommer til at sælge godt, da amerikanerne er bekendte med pork luncheon meat. Men udgangspunktet for aftalen er et år, og så har vi en løbende dialog. Nu hvor vi er kommet ind i Dollar Tree's butikker, håber vi også, at vi på sigt kan få udvidet antallet af produkter, vi sælger til dem. Men det tager tid, siger Jørgen-Ole B. Jensen.

Det forventes, at leveringerne til Dollar Tree begynder i slutningen af året. ●

“
Vi forventer da, at det kommer til at sælge godt.
”

Danish Crown Beef har flere tiltag i søen, som skal øge opmærksomheden omkring virksomhedens brands. En af kampagnerne er på Dansk Kødkvæg hvor der er blevet lagt en større benarbejde for at give mere synlighed.

Kendskabet til Dansk Kødkvæg blev øget i samarbejde med Coop

Tekst: Aske Gott Sørensen

Foto: Johnsen

Slagtermestrene i de danske Coop-butikker har fået meget mere at tale med kunderne om, når det kommer til Dansk Kødkvæg. Danish Crown Beef og Coop har nemlig i samarbejde lavet en større kampagne, som gav slagterne mulighed for at få butiksmateriale ud til butikkerne.

- Vi introducerede butikkerne for det nye materiale, som skal bakke op om Dansk Kødkvægs-konceptet i Coop. Der har vi fået lavet en pakke med det nye layout og en række forskellige materialer, der fortæller den gode historie om Dansk Kødkvæg. Det kan vi distribuere til slagterne og dermed forbrugerne, siger Peter Rodsted, der er salgskonsulent ved Danish Crown Beef.

- Samtidig har Coop hjulpet med at komme bredt ud til alle slagtermestre i deres system, og selve fordelingen af materialet foregår både fra deres lager og via os selv, så vi er kommet bredt ud, siger han.

Kampagnen har dermed handlet om at skabe opmærksomhed omkring konceptet, og det er en god investering, fortæller Peter Rodsted.

- Med alle de her materialer kan vi meget bedre målrette salget fremadrettet, så jeg er overbe-

Materialet til butikkerne har blandt andet været synliggørelse i køledisken samt ved slagtermestrene som herunder. Det er blevet distribueret sammen med Coop.



vist om, at det kommer til at støtte vores salg. Samtidig får slagtermestrene mulighed for at bære brandet helt ud til kunden og bakke det op med materialer fra os, og det er med til at sikre merværdien i konceptet. Folk vil gerne have den gode historie om Dansk Kødkvæg, og det skal vi hjælpe med at fortælle, siger Peter Rodsted. ●



Tulip har fået nyt logo

Nu møder de danske forbrugere 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 blev 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.

- 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 kocht 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 er Visuel Concept Specialist i Danish Crown Foods, og som har været chefdesigner på arbejdet med det nye logo.

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 lykkedes 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 har dermed gjort det lette-

“
Kort sagt har vi køgt alle de små detaljer i logoet sammen til én stor detalje.
”

re 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. Derudover fungerer de nye designs meget godt i forhold til Brand Recall og Category Recall. Forbrugerne var med andre ord i stand til at identificere, at emballagens design var fra TULIP. Desuden kunne forbrugerne klart afkode den type produkt, der var inde i emballagen, siger Mette Schacht Færch. ●

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 var en rød tulipan.



Antonius- relancering har fået en stærk start

En helt ny start med nyt udseende, nye varianter og nye tiltag har givet Antonius-grisen et flot comeback i sommermånederne.

Tekst: Daniel Winther Pedersen

Foto: Anders Faber

I begyndelsen af 2020 gennemgik special-grisen Antonius en stor relancering, efter at den kæmpede med et dalende salg. Med afsæt i en genopfrisket dna for brandet blev der sat gang i en række tiltag, som sammen med dedikerede landmænd skulle øge fokus på velfærdsgrise og løfte forbrugeroplevelsen med grisekød.

Derfor blev udsendet på Antonius gentænkt med nyt logo, Danish Crown blev tydelig afsender i al kommunikation, og emballagen blev redesignet med mere madinspiration – alt sammen i tæt samarbejde med Salling Group.

Antonius er et koncept eksklusivt til Salling Groups forretninger Bilka, føtex og Netto, og salgstallene for maj, juni og juli i Bilka viser, at relanceringen har været en succes. Omsætningen på Antonius i Bilka i juni og juli var cirka 40 pct. højere end samme måneder sidste år.

- Vi skulle vende den negative spiral, der var kommet på salget af Antonius. Det var en blanding af svigtende salg i Bilka og føtex, faldende udnyttelsesgrad og stigende priser. Nu har vi fået genfødt Antonius sammen med Bilka og føtex, og Antonius er også blevet fast sortiment i Netto nu. Det har indtil videre øget omsætning

gen markant, siger Kamilla Wetke, der er senior brand manager i marketing i Danish Crown Foods.

Landmandsfilm

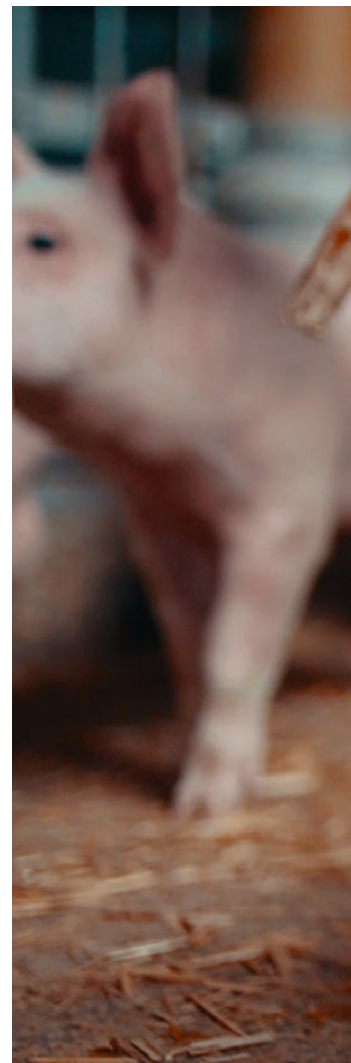
En del af kampagnen kommer til at køre online, og i den forbindelse er der produceret to kortfilm, hvor Antonius producenterne Michael Nielsen og Ole Hofmann Mathiasen har hovedrollerne.

- Jeg er meget tilfreds med relanceringen af Antonius. De nye pakninger er virkelig flotte, og den kommende kampagne skulle gerne løfte salget. Jeg tror, det er vigtigt, at vi får fortalt danskerne om den høje dyrevelfærd, der er i en Antonius-produktion, siger Ole Hofmann Mathiasen, der producerer smågrise under Antonius-konceptet.

- Jeg mener, der er alt for meget udenlandsk kød i kølediskene, og derfor er det vigtigt, at vi får fortalt danskerne hele fortællingen om, hvordan grisen er født, opvokset og slagtet i Danmark.

Stærkt samarbejde

Lars Huus Christensen, der er senior manager i retail i Danish Crown Foods, fortæller også, at den flotte relancering af Antonius er kommet





↑
En del af relanceringen er en række film, hvor Antonius-leverandørerne er en aktiv del.

↑
Antonius-konceptet sælges i Salling Group, og siden relanceringen er omsætningen i juni og juli steget med 40 pct. i Bilka.

“
Jeg tror det er vigtigt, at vi får fortalt danskerne, om den høje dyrevelfærd.
”

i stand efter et godt samarbejde med Salling Group.

Netop det samarbejde er med til at give forbrugerne en endnu bedre oplevelse af Antonius.

- Vi har haft et rigtig godt samarbejde med Salling Group i forbindelse med Antonius-relanceringen. Det betyder, at vi har kunnet løfte forbrugernes opfattelse på tværs af Bilka, føtex og Netto. Det viser, at når vi går sammen med Salling Group og laver det rigtige sortiment og design og derefter bakker det op med salgsmateriale, er vi med at give forbrugerne nogle gode oplevelser med Antonius, som vil være medvirkende til at hele grisekategorien vokser, siger Lars Huus Christensen. ●

Foder til frilandsgrise skal snart være vegetabilsk

Fra d. 1. september 2020 skal alle Frilandsgrise, der bliver leveret til Friland A/S, udelukkende være fodret med vegetabilsk foder.

For at imødekomme et ønske fra flere udenlandske kunder, har Friland besluttet, at alt foder til grise under konceptet Frilandsgris, skal være produceret uden brug af animalske produkter.

- Fra d. 1. september 2020 skal grisene fodres med vegetabilsk foder i hele vækstperioden. Anvendelse af animalske biprodukter såsom blodprodukter, animalsk fedt eller beslægtede produkter er ikke nyt. Det er det derimod at al animalsk protein, herunder fiskemel, ikke længere er tilladt, dog med den undtagelse at mælkeprodukter fortsat er tilladt, fortæller Lene Thomsen, der er Member Service Manager hos Friland.

Forbuddet mod animalske produkter herunder fiskemel gælder fra 1. september 2020. Dog er mælkeprodukter fortsat tilladt.



Da smågrisene i en Frilandsgrisproduktion har mulighed for at æde af soens foder, gælder kravet således også sofoderet.

Friland meldte det nye krav ud til producenterne d. 14 juli, så producenterne har således blot haft halvanden måned til at finde alternative foder-sammensætninger.

- Det kan virke som kort tid, men da Danish Crown allerede har specialgrisen Pure Pork til eksport og Antonius til Danmark, hvor dette foderkrav findes, er de fleste foderstofvirksomheder bekendte med blandinger af denne type, siger Lene Thomsen. ●



Henover sommeren har Jesper Adler fra Odsherred givet danske turister mulighed for at overnatte i en specialindrettet grisehytte.

Økologisk landmand tilbyder overnatninger på grisemarken

Tekst: Kasper Frank

Foto: Frederik Säll

Rekordmange danskere har afholdt sommerferien under hjemlige himmelstrøg, og de danske campingpladser og shelters har været fyldte. Faremarken hos den økologiske griseleverandør Jesper Adler har også haft et par ekstra besøgende henover sommeren.

- Vi åbnede op for overnatninger ved faremarken i starten af sommerferien, hvor vi havde et par bookninger. Så fik TV2 Øst og P4 nys om hytten, og så tog det ellers fart, siger Jesper Adler og fortæller, at hytten har været booket hver dag siden. Særligt indslaget fra TV2 Øst greb om sig med mere end 130.000 visninger.

Oplysning om dyrene

De besøgende bor i en specialindrettet grisehytte, der er både isoleret, har indlagt strøm, terrasse og selvfølgelig er udsmykket med Friland Økologi folie.

- Det er virkelig en god oplevelse for de besøgende, men da vores grise jo er produktionsdyr, får gæsterne selvfølgelig en grundig introduktion inden opholdet. Grisene må ikke fodres, og der må ikke indtages mad udenfor hytten. Men jeg håber, at sådan et besøg medvirker til, at de besøgende oplever, at denne produktionsform ikke er så tosset endda og vælger vores kød fra køledisken, siger han.



God omtale

Hos Friland, der har leveret den specialindrettede hytte, er man også godt tilfreds med projektet hos Jesper.

- Pressedækningen og omtalen på de sociale medier har været overvældende. Vi overvejer kraftigt, om det er et projekt, der kan udvides til andre leverandører flere steder i landet, siger Kasper Frank Christensen, der er kommunikations- og presseansvarlig hos Friland, men oplyser, at det først kan realiseres i 2021.

Hvis man har lyst til at prøve kræfter med en overnatning blandt grise, kan man læse mere på Gelstrupgaards Facebook-side.

Men man skal ifølge Jesper Adler ikke regne med at få mange timers søvn.

- Grisene grynter og rumsterer hele natten. Så jeg vil skyde på, at man får 4-5 timers søvn, siger han. ●



Grisehytterne er indrettet med isolering, har indlagt strøm og har egen terrasse, hvor man kan følge grisene på marken.



Vi overvejer kraftigt, om det er et projekt, der kan udvides.



Stort fokus på "Køb Dansk"-kampagne

I sommerferien 2020 har Danish Crown Beef haft gang i en kampagne, der havde til formål at få flere danskere til at købe dansk kød. Kampagnen har haft stor effekt, og der har været gang i forretningerne med Køb Dansk-klistermærker og på sociale medier.

Kampagnen har især haft stor effekt på Facebook, hvor knap 750.000 danskere har set kampagnen. Pia Paulsen, der er ansvarlig for sociale medier i Danish Crown, fortæller, at vi har været i stand til både at gøre opmærksom på os selv, men også i høj grad værdien af at købe dansk oksekød fra danske landmænd.

I september 2020 forventer Danish Crown at lave en opfølgningskampagne, hvor de gode erfaringer fra sommerens kampagne tages med videre.



Islandsk kunde sætter fokus på oksekødet fra Danish Crown

I 2018 indledte Danish Crown et samarbejde med islandske foodservice-leverandør, Ekran. Siden da er samarbejdet kun blevet tættere.

Ekran har på eget initiativ valgt at vise samarbejdet frem i video og billeder. Ekran har sammen med restaurantkæden, Apotek, produceret en video, hvor kokke med begejstring og Danish Crown-logo på skjorten arbejder med oksekød fra de danske landmænd.

I februar 2020 besøgte Ekran og Apotek Holsted, hvor samarbejdet blev yderligere styrket. Her blev det også bekræftet, at de ville synliggøre Danish Crowns logo ude på Apotek-restauranterne. Det betyder, at Danish Crown bliver synliggjort overfor flere forbrugere i Island, da restauranterne har et fornuftigt antal gæster årligt.



Ny forretningsudvikler i Ejerservice

I august 2020 tiltrådte Simon Lauridsen som forretningsudvikler i Danish Crown Ejerservice. Simon er uddannet civilingeniør med speciale i teknologibaseret forretningsudvikling. Han har otte års erfaring med dansk griseproduktion og har de sidste tre år arbejdet med forretnings- og produktudvikling i både landbruget og procesindustrien.

"Jeg ser frem til at møde ejerne, fordi jeg mener, at de, som daglige brugere af systemerne, spiller en afgørende rolle i udviklingsarbejdet," fortæller Simon, der har fået til opgave at være med til at videreudvikle på de eksisterende, innovative løsninger hos Danish Crown samt videreudvikle på nye løsninger til fordel for Danish Crowns ejere.

Simon Lauridsen tager over efter Margit Skovbjerg, der har fået nye udfordringer ved SEGES.

Brugte møbler får nyt liv på institutioner i Polen

Opbevaringsrummene på Danish Crowns hovedkontor og de nedlagte lokaler på den gamle Sdr. Borup fabrik bliver brugt som lager for gamle møbler, men Danish Crown har nu valgt at donere store mængder møbler til et trængende børnehjem, krisecentre og herberger i Polen.

Donationen er et samarbejde mellem Polsk-Dansk humanitær forening og Danish Crown. Samarbejdet kommer begge parter til gode, da Polsk-Dansk humanitær forening får lov til at tage møblerne med til Polen, hvor der virkelig er brug for dem. For Danish Crown betyder det, at man sparer penge, da det er billigere at donere møblerne end selv at skulle smide møblerne ud – samtidig får møblerne nyt liv i Polen.



Ung ansat 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 af 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.



Danish Crown har et fantastisk arbejdsmiljø, der er dynamisk og innovativt.

Arbejdet med Danish Crowns fremtidige LCA-værktøj giver mig muligheden for at komme helt ind til maskinrummet og identificere mulige miljøhotspots, og det finder jeg utrolig tiltalende, siger Selma i forbindelse med nomineringen.

Kristian Jensen er faglig rådgiver ved Danish Crown Ejerservice. Her giver han gode råd til fodersammensætning, når høsten er kørt i hus.

Husk at justere foderet ved ny høst

Vi kan mærke, at der har været fart på hos jer de seneste uger for at få kornet i hus, mens den tørre periode var over os. Det er lykkedes for rigtig mange, og set fra en grisetryne virker det til at have god kvalitet. Mange steder vil der være meget byg til rådighed, så vi vil formentlig se både hjemmeblandet og indkøbt foder med meget byg.

De indledende analyser, som ikke er et landsgennemsnit endnu, viser, at byg ligger lavere i protein-niveau, mens hvede ligger på niveau, når vi sammenligner med sidste år.

Meget byg kan være ok i foderet, men det kan udfordre i de mere energirige blandinger, typisk til grise under 60 kg. Her er hvede bedre og billige til at hæve energien end fedt- eller olietil-sætning.

Hvis vi kigger på en standardblanding til slagtegrise med halv byg, halv hvede, sojaskrå og mineraler som basis, vil det betyde, at vi skal lave en ny optimering, når vi kender høstens vandprocent og proteinindhold, men inden vi gør det, så kan der med fordel laves nogle små korrektioner hos hjemmeblanderne.



**“
Sørg for at få
sendt din høst
til analyse, så
du kan lægge
den helt rette
foderstrategi
for din
besætning.
”**

Kornet vil formentlig for de flestes vedkommende være mere tørt end sidste år, og hvis man har tørt korn, så kan blandingen, som vi skitserede ovenfor med fordel justeres. Tørt korn vil betyde, at vi har ca. 2 FESv ekstra til rådighed for grisene pr. 100 kg. foder. Det betyder, at der mangler lidt protein og aminosyrer, så der kan sojaskrå hæves med ca. 0,3 pct. for at dække de ekstra foderenheder, som tørt korn kræver, indtil der er lavet en ny optimering.

Hvis kornet afviger fra sidste år på protein, kan vi også godt lave ændringer, inden den nye optimering er helt på plads. Hvis kornet eksempelvis er faldet med 0,5 pct. i protein, kræver det, at vi hæver sojaskråen med ca. 1 pct. for at kompensere, så grisene ikke taber på tilvækst, kødprocent og foderudnyttelse.

Mangler der både protein, og er kornet tørt, skal vi selvfølgelig tage højde for begge dele. Sørg for at få sendt dit korn til analyse, så du kan lægge den helt rette foderstrategi for din besætning. Alternativet er at bruge landsgennemsnittet, og det vil ikke blive den optimale løsning.

I Ejerservice står vi altid klar til at komme med vores input til en foderstrategi. ●