



Årsberetning
2016/2017





Årsberetning
2016/2017

INDHOLD

- 4 Årets resultater
- 6 FRILAND ØKOLOGI, grise
- 8 FRILAND ØKOLOGI, kreaturer
- 10 FRILANDSGRIS®
- 12 FRILAND KØDKVÆG / FRILAND LIMOUSINE®
- 14 Friland J. Hansen GmbH
- 15 Markeder for Friland
- 16 Brug af lokalbedøvelse ved kastration tegner lovende
- 17 Velkommen på landet
- 18 En helt anden måde at holde grise på
- 19 Slotsejer gav inspiration på sommerudflugten
- 20 Nyt mærke ændrer kvalitetskrav
- 21 Hæder til Friland
- 22 Større smidighed med ændrede tillæg og kvalitetskrav
- 23 Udviklingscenter indsamler erfaringer med økologiske ungtyre
- 24 Forsøg med kunstig skygge på faremarken
- 25 Inspiration til en fremtid som Friland-leverandør
- 26 Burgerbøffen skal være noget særligt
- 27 Kendt, tysk selskab vælger grise fra FRILAND ØKOLOGI
- 28 FRI-branding kan ses, høres og smages
- 30 Mød nogle af Frilands frilandmænd
- 32 Skovgrisen er den første 4-hjertede gris i Irma
- 32 God dialog i Forum med den madglade forbruger
- 33 FRILAND LIMOUSINE® udfordret
- 33 Nyt look til FRILAND KØDKVÆG
- 34 Oui til Friland
- 35 Stor interesse for Frilands produkter ved Biofach
- 36 49 MENY-slagtere er uddannet i FRILANDSGRIS®
- 37 Hurra - hurra - og så det lange...
- 38 Friland kommer bredt ud med Facebook
- 39 Ny organisation har givet god mening
- 40 Friland sætter dyrevelfærd på MENY'en
- 41 MENY lagde FRILANDSGRIS® på grillen
- 42 Rådgivning med fokus på friland og økologi

FRILANDS BESTYRELSE

Peter Fallesen Ravn
(formand)
Danish Crown

Nicolaj Pedersen
(næstformand)
Økologisk
griseleverandør

Arne Juel Jensen
Økologisk
griseleverandør

Frode Flyvbjerg Kristensen
Økologisk
kreaturleverandør

Nielli Simmelsgaard
Frilandsgriseleverandør

Torben Langer
Økologisk
griseleverandør



Erling Christensen
Økologisk
kreaturleverandør



Erik Bredholt
Formand for
Danish Crowns
bestyrelse
(kommitteret medlem)



Kasper Lenbroch
CEO
Tulip Food Company



Claus Hein
Vice President
Sales Nordic,
Danish Crown Beef



Signe Wenneberg
Eksternt
bestyrelsesmedlem

Nye tider

Denne årsberetning – den 25. i rækken – er lidt atypisk for Frilands historie. Forstået på den måde, at vi ikke har haft vækst i omsætningen i regnskabsåret 2016/17. Med en samlet omsætning på 812 millioner DKK, ligger omsætningen ca. 2% under sidste års markante rekord. Det er ikke første gang, at det sker, men vi har jo været vant til vækst i omsætningen i langt de fleste år i Frilands 25-årige historie.

Så hvorfor nu ikke i år? Årsagerne skal primært findes i, at markedet for økologi er ved at blive mere "normalt". Således er den mangel, vi har set i de to foregående år, blevet indhentet af en øget forsyning af især økologiske grise. Dermed er priserne også blevet mere "normale", så selvom vi mængdemæssigt har solgt lidt mere end sidste år, har de faldende priser – især på vores eksportmarkeder – betydet en lidt lavere omsætning.

Samtidig er det nye tider set i forhold til Frilands første 24 år på den måde, at vi nu for alvor møder konkurrence på vores hjemmemarked for økologisk grise- og oksekød. Det er helt naturligt og forventeligt, sådan som markedet har udviklet sig og med de muligheder, der ligger i det. Det betyder dog også, at vi skal agere anderledes end tidligere – og det at finde og holde balancen mellem mellem udbud og efterspørgsel er blevet en smule sværere end tidligere.

Har vi så taget for mange økologiske grise ind? – Nej, det har vi ikke. Vi er fortsat, ligesom vores kunder, meget overbeviste om, at efterspørgslen efter økologisk kød vil fortsætte med at stige på hjemmemarkedet og på vores vigtigste eksportmarkeder. Jeg tror på, at det overordnet set og på den lange bane er sundt, at vi kan vise markederne, at vi kan levere den vare, der efterspørges. De nye grise, som vi har fået og vil få flere af, gør, at vi kan gå til kunderne og fortælle, at vi kan levere det, de ønsker, således at deres og vores fælles forretning kan fortsætte den fantastiske 25-årige historie, som generelt handler om vækst.

For vores frilandskoncepter - FRILANDSGRIS®, FRILAND KØDKVÆG og FRILAND LIMOUSINE® kalv - har året omsætningsmæssigt været på niveau med sidste år samlet set. Selvfølgelig med forskelle på tværs af koncepter, som beskrives i flere detaljer i denne årsberetning. Generelt set har vi dog med alle tre koncepter en god base i den stærke interesse, vi oplever ift. koncepter med fokus på dyrevelfærd. Et eksempel på dette er Fødevarerstyrelsens dyrevelfærdsmærke, som blev introduceret i løbet af året, og som ude i butikkerne vil være med til at kommunikere de forskellige niveauer af dyrevelfærd; mærket er startet på grisekød. Jeg tror fortsat på en god fremtid for alle tre koncepter.

Sluttelig skal der lyde en stor tak til medarbejdere i og kollegaer omkring Friland. Der er igennem året blevet ydet en god indsats, som har sikret mange gode resultater på tværs af de forskellige ansvarsområder.

God læselyst!



Henrik Biilmann
Direktør



Årets resultater

Friland A/S har igen i år haft en samlet omsætning på over 800 millioner DKK – helt præcist på 812 millioner DKK. Dermed kommer vi ikke over sidste års markante rekord på 829 millioner DKK.

Det er de to økologiske koncepter, som trækker omsætningen de ca. 2% ned, men af forskellige årsager.

Salget af økologisk grisekød, som udgør ca. 53% af omsætningen, har oplevet et øget pres på salgspriserne som et resultat af, at markedet er blevet bedre forsynet, efter at have været underforsynet i lidt mere end 2 år. Økologisk oksekød, som udgør 28% af omsætningen (baseret på danske råvarer), har været præget af en svingende balance mellem udbud og efterspørgsel hen over året. Set over hele året skyldes nedgangen i omsætningen, at vi har haft færre dyr til slagting end sidste år.

Den resterende omsætning udgøres af FRILANDSGRIS® med 15%, FRILAND LIMOUSINE® med 1%, og FRILAND KØDKVÆG med 3%. Disse tre koncepter bidrager dermed med stort set samme andel af omsætningen som sidste år.

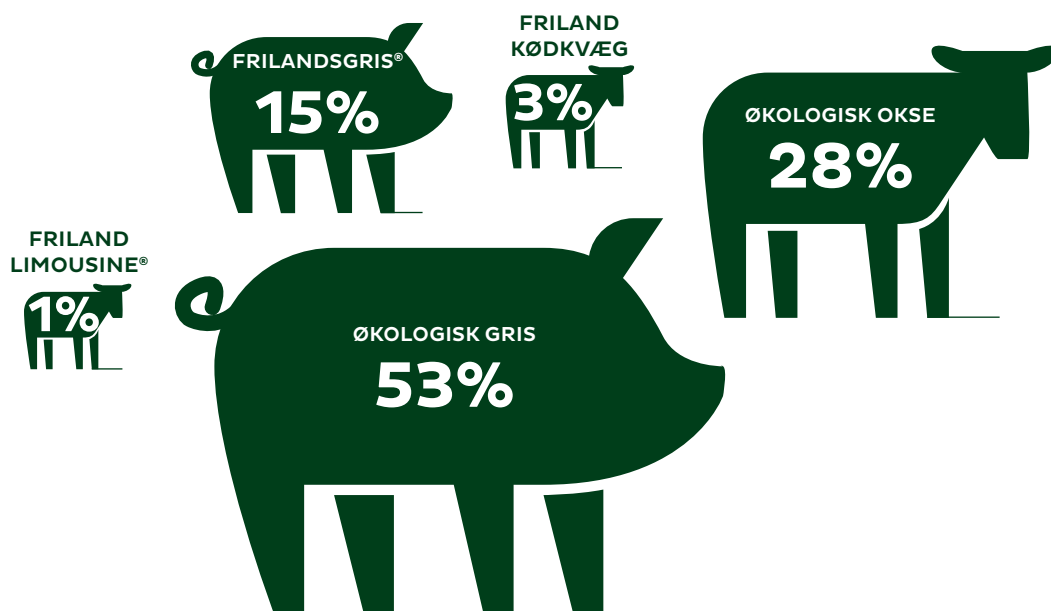
Samlet set kom 45% af omsætningen fra salg uden for Danmark, og dermed er eksportandelen steget ca. 4% i forhold til sidste år. Den andel er baseret på omsætningen af danske råvarer. Til salget uden for Danmark skal lægges den omsætning, der blev genereret gennem salg af ikke-danske råvarer – primært tyske økologiske grise – via datterselskabet Friland J. Hansen.

Friland J. Hansen datterselskabet leverede en omsætning på 227 millioner DKK mod 242 millioner DKK sidste år. Det er især prisudviklingen på økologisk grisekød, der her resulterer i den lavere omsætning.

Udviklingen i antallet af dyr er meget forskellig fra koncept til koncept. Generelt har vi dog i dette år haft en langt bedre forsyning til vores kunder. Især er det glædeligt, at økologisk oksekød ikke har været kendetegnet ved så udpræget mangel hen over sommeren, som vi har set i de foregående år.

Der henvises til de konceptspecifikke afsnit for en mere detaljeret beskrivelse af udviklingen for det enkelte koncept.

OMSÆTNING FORDELT PÅ KONCEPTER



Resttillæg

Alle fem overordnede kødkoncepter har i løbet af året opsamlet til resttillæg. Når det er sagt, så skal det som altid understreges, at det ikke i sig selv er et succeskriterie at opsamle til resttillæg, men vores forretningsmodel betyder, at der er behov for en vis buffer til at kunne absorbere eventuelle uforudsete bevægelser i markedet.

Leverandører af FRILAND ØKOLOGI, grise modtager et resttillæg på 1,15 DKK/KG, for godkendte kilo.

Leverandører af FRILAND ØKOLOGI, kreaturer modtager et resttillæg på 1,25 DKK/KG for godkendte kilo.

Leverandører af FRILANDSGRIS® modtager 0,30 DKK/KG for kvalitetsgodkendte kilo.

Til leverandører af FRILAND LIMOUSINE® kalve udbetales der 1,35 DKK/KG, og til leverandørgruppen af FRILAND KØDKVÆG er der 0,70 DKK i resttillæg til godkendte kilo.

NØGLETAL

Omsætning	811.703.804 DKK
Udbetalt i tillæg	280.030.800 DKK

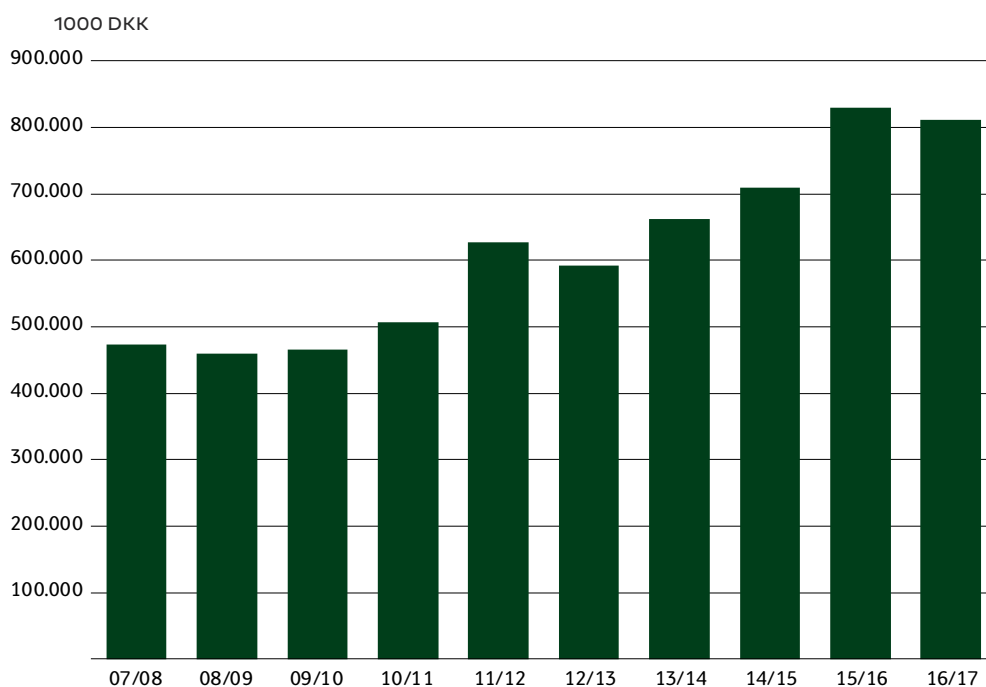
RESTTILLÆG

FRILAND ØKOLOGI, grise	1,15 DKK/KG
FRILAND ØKOLOGI, kreaturer	1,25 DKK/KG
FRILANDSGRIS®	0,30 DKK/KG
FRILAND LIMOUSINE®	1,35 DKK/KG
FRILAND KØDKVÆG	0,70 DKK/KG

Totalt udbetalte tillæg

Med disse resttillæg har Friland i regnskabsåret 2016/17 udbetalt i alt 280 millioner DKK, hvilket er 16 millioner DKK mindre end sidste års rekord på 296 millioner DKK.

UDVIKLING I OMSÆTNING



FRILAND ØKOLOGI, grise

Omsætningen har i år haft et lille dyk på ca. 5 millioner DKK og ender på ca. 378 millioner DKK. Det vil sige et fald på ca. 1%.

Dette resultat er fremkommet på baggrund af en lille stigning i salgsmængden og et fald i den gennemsnitlige salgspris. Generelt set har vi haft med et marked at gøre, hvor balancen mellem udbud og efterspørgsel har været bedre end tidligere år. Dermed er den overophedning af markederne, som vi har set tidligere, også ovre i denne omgang. Dette har ledt til faldende priser, især på vores eksportmarkeder, hvor prisstigningerne også var tilsvarende højere over de seneste 2 år.

Eksportandelen udgør ca. 70% af den samlede omsætning, hvilket er lidt mere end sidste år. Til omsætningen uden for Danmark skal yderligere lægges det salg, som er baseret på tyske økologiske grise. Det er fortsat Tyskland og Frankrig, som er de største eksportmarkeder for økologisk grisekød.

De øvrige eksportmarkeder for økologisk grisekød udgør en relativt lille andel af omsætningen. Der er her et potentiale for øget salg, hvilket vi forventer at udnytte stærkere i det kommende år.

Udviklingen i det danske salg har været påvirket i negativ retning af den øgede konkurrence, vi har set i markedet.

Især Tönnies og Organic Pork A/S' introduktion på markedet har taget markedsandele fra os. Vi må dog nok også erkende, at de meget høje andele, vi hidtil har haft, var "på lånt tid". Med de indtjeningsmuligheder, der har været over en årrække, får man ganske simpelt ikke lov at beholde sådan et marked for sig selv på længere sigt. Vores omsætning i Danmark er således faldet med 15%.

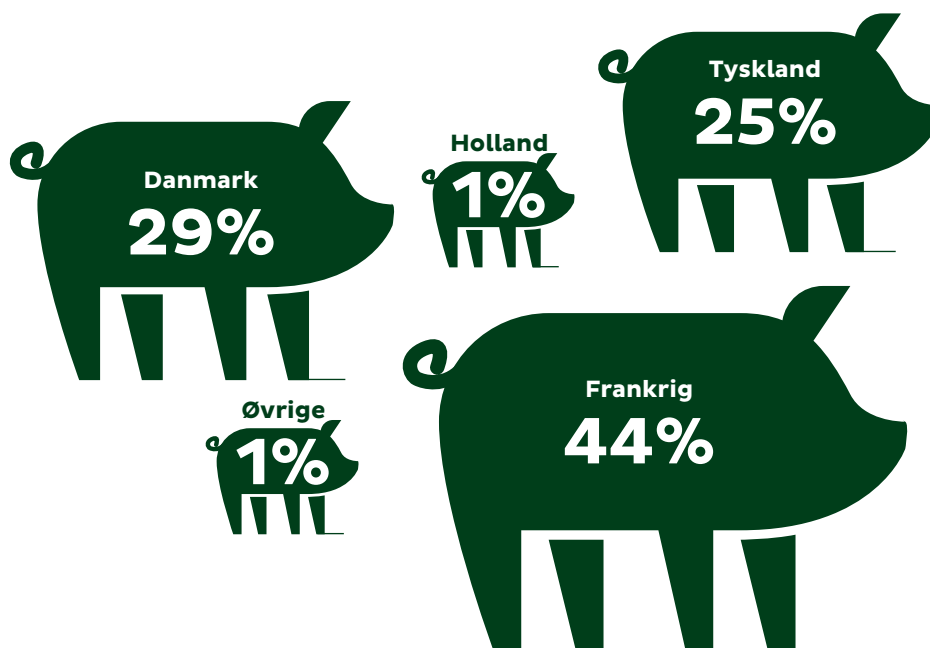
Derfor skal vi glæde os over vores stærke adgang til eksportmarkederne, som vi uden tvivl også fremover vil have en meget stor – og stigende – glæde af. Denne omsætning er i årets løb steget med ca. 5%.

Antal slagtninger er i år steget med 4% til 127.931 slagtede grise. Dette tal forventer vi vil stige yderligere i løbet af 2018.

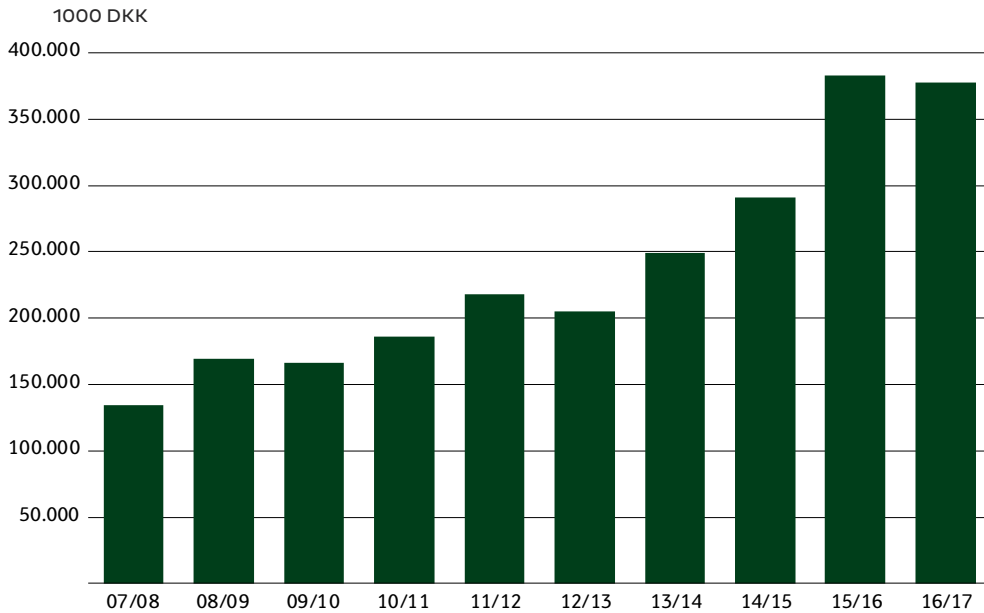
Vi forventer ligeledes, at den bagvedliggende efterspørgsel efter økologisk grisekød vil fortsætte med at stige. Generelt er det sundt, at vi kan vise markedet, at vi kan skabe en vækst. Der er dog ingen tvivl om, at der skal kæmpes mere for salget end i de to foregående år, som har været stærkt præget af en underforsyning i markedet.

Der er i alt udbetalt 206 millioner DKK til gruppen – inkl. reststillæg, svarende til 18,77 DKK/KG mod 21,19 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 29,40 DKK /KG mod 30,57 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges evt. efterbetaling fra Danish Crown.

SALG AF DANSKE ØKOLOGISKE GRISE FORDELT PÅ MARKEDER

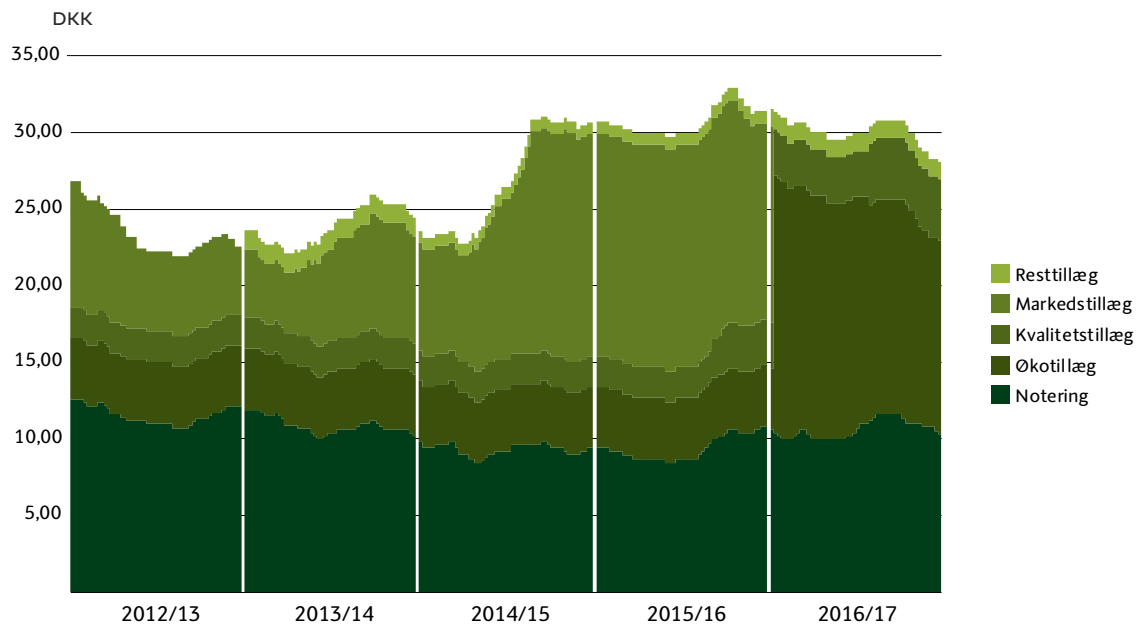


OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR ØKOLOGISKE GRISE



UDVIKLING I SAMLET AFREGNING FOR KVALITETSGODKENDTE ØKOLOGISKE GRISE

Hertil kommer efterbetaling fra Danish Crown



FRILAND ØKOLOGI, kreaturer

Året har været præget af en temmelig svingende balance mellem antallet af slagtede dyr og efterspørgslen. Således bar starten af 2017 præg af et bekymrende lavt antal dyr. Generelt har vi dog lykkeligvis set en mere jævn tilførsel af dyr end nogensinde tidligere. Vi tillader os at antage, at de markant højere tillæg hen over sommeren, som vi har haft de seneste 3 år, nu endelig bærer frugt. Dermed har vi i langt større grad kunnet levere de ønskede mængder til vores kunder – også hen over sommeren. Dette er vigtigt for at sikre vores kunders fortsatte interesse i at sælge økologisk oksekød. Det er planen at fortsætte med denne sæsonfordeling i 2018.

Igen i år valgte vi at prioritere hjemmemarkedet, men den mere jævne fordeling af dyrene har betydet, at eksportomsætningen kunne øges en smule. Andelsmæssigt udgør eksporten nu 15% mod 12% sidste år.

Den samlede omsætning blev på 197 millioner DKK mod 206 millioner DKK sidste år – et fald på 4%. Tilbagegangen skyldes vores tabte markedsandele i Danmark, forårsaget af tabet af de dyr, som kom fra andelshavere i Thise Mejeri, og som nu ligger i Thise&Ko-samarbejdet med COOP. Dermed tabte vi også markedsandele på denne konto.

Vi forventer en øget omsætning på økologisk oksekød i

det kommende år, da vi fortsat ser en vækst i den samlede efterspørgsel efter økologisk oksekød. Derfor er det positivt, at den udvidede mælkeproduktion også på sigt vil give os flere dyr til slagtning.

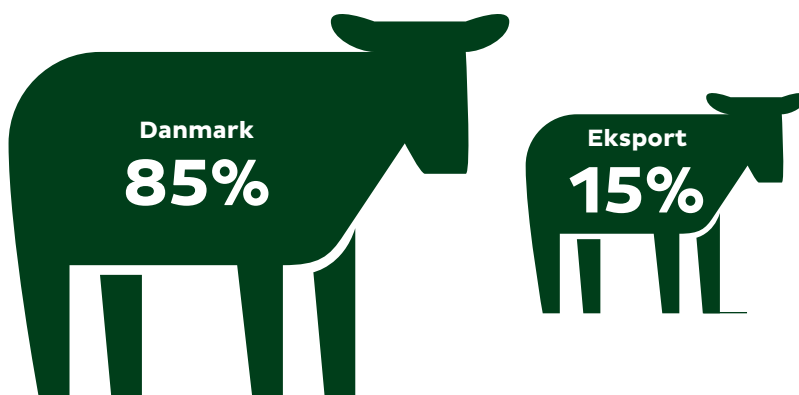
Det er fortsat hakket oksekød, der udgør langt den største del af salget med 60%.

Regnskabsåret 2016/17 var det andet år med den nye kontraktgruppe rettet mod de økologiske ungtyre. Som bekendt er der her et potentiale for mere økologisk kød, hvis flere af kalvene bliver i den økologiske produktion. Målet med den nye kontraktgruppe er, specielt i sommermånederne, at få tilført flere dyr, som er velegnede til produktion af hakket kød.

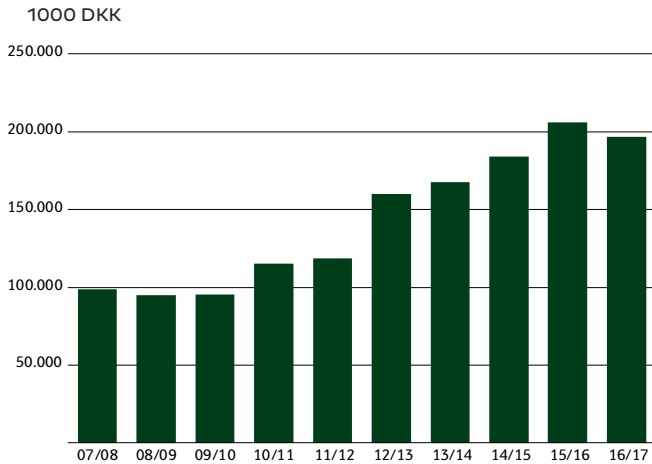
Totalt set er der slagtet 17.576 dyr, hvilket er et fald på 17%. Faldet skyldes især, at leverandørerne til Thise Mejeri pr. 1/7 2016 valgte at stoppe som leverandører til Friland.

Tillæggene for de økologiske kreaturer har udviklet sig positivt i forhold til sidste år. Der er i alt udbetalt 46,5 millioner DKK til gruppen – inkl. resttillæg og Dansk Kødkvæg tillæg, svarende til 9,50 DKK/KG mod 7,99 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 27,20 DKK/KG mod 25,14 DKK/KG sidste år. Til dette skal der lægges evt. efterbetaling fra Danish Crown.

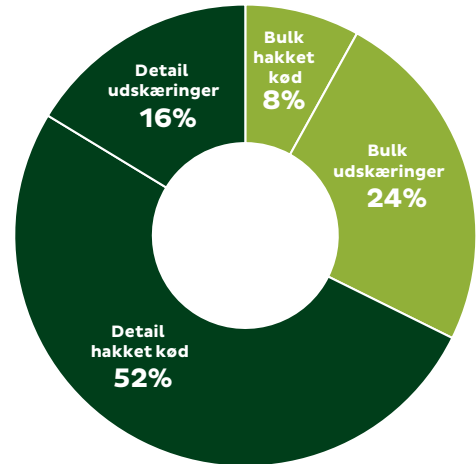
SALG AF DANSKE ØKOLOGISKE KREATURER FORDELT PÅ MARKEDER



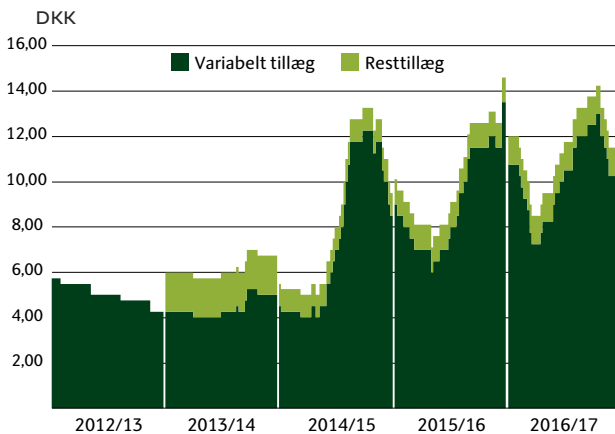
OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR ØKOLOGISKE KREATURER



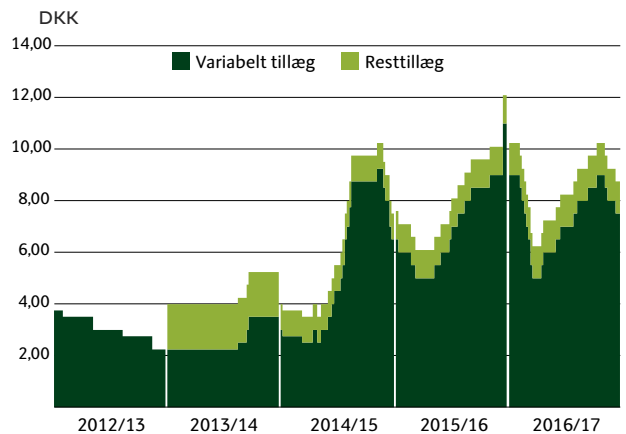
SALGSFORDELING FOR ØKOLOGISKE KREATURER



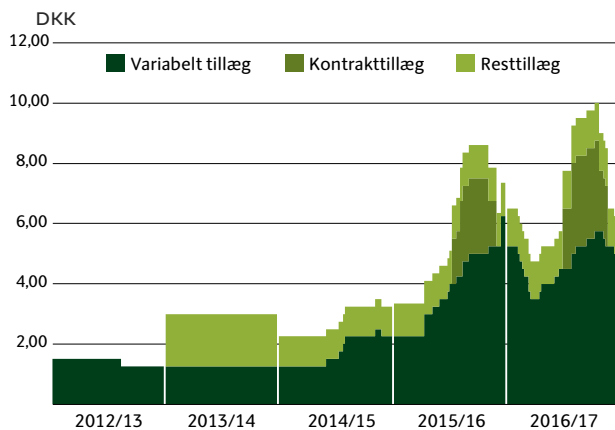
UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE STUDE OG KVIER PÅ KONTRAKT



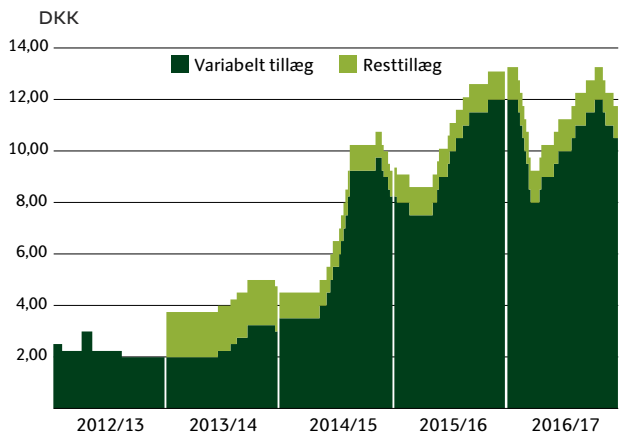
UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE STUDE OG KVIER UDEN KONTRAKT



UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE UNGTYRE MELLEM 12 OG 24 MÅNEDER



UDVIKLING I TILLÆG FOR ØKOLOGISKE KØR



FRILANDSGRIS®

Omsætningen af FRILANDSGRIS® er med et indeks på 101 på næsten samme niveau som sidste år. Ligesom sidste år er der i løbet af året omsat lidt mindre i Danmark (indeks 98) og dermed lidt mere på eksportmarkederne.

Vi forventer en positiv udvikling i Danmark i forbindelse med en yderligere markedsføring af Fødevareministeriets nye dyrevelfærdsmærke. Den øgede bevågenhed, det vil give omkring forskellen mellem de enkelte koncepter på markedet, forventes bl.a. at være til fordel for FRILANDSGRIS®, som er den eneste konventionelle gris, der opnår tre hjerter (det højeste niveau) i mærkningsordningen Bedre Dyrevelfærd.

Yderligere forventes det, at den meget positive udvikling i antallet af forarbejdede produkter baseret på kød fra

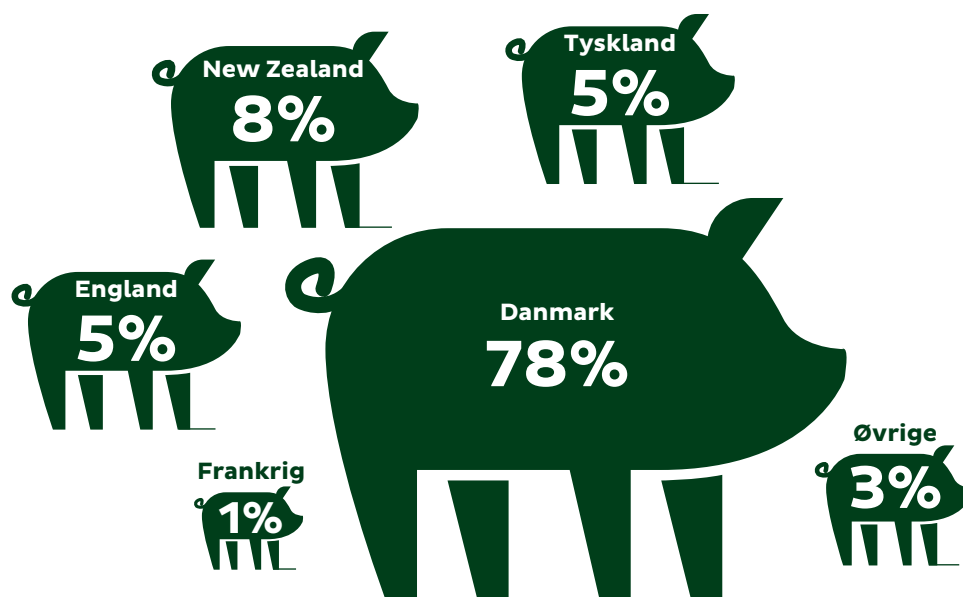
FRILANDSGRIS® vil fortsætte i 2018.

Som i 2016 lanceres der en national markedsføringskampagne af FRILANDSGRIS®-mærket sidst på året 2017. Det er resultatet af en aftale indgået med MENY-kæden og et ønske om at fortsætte fortællingen om konceptet, og hvad det står for.

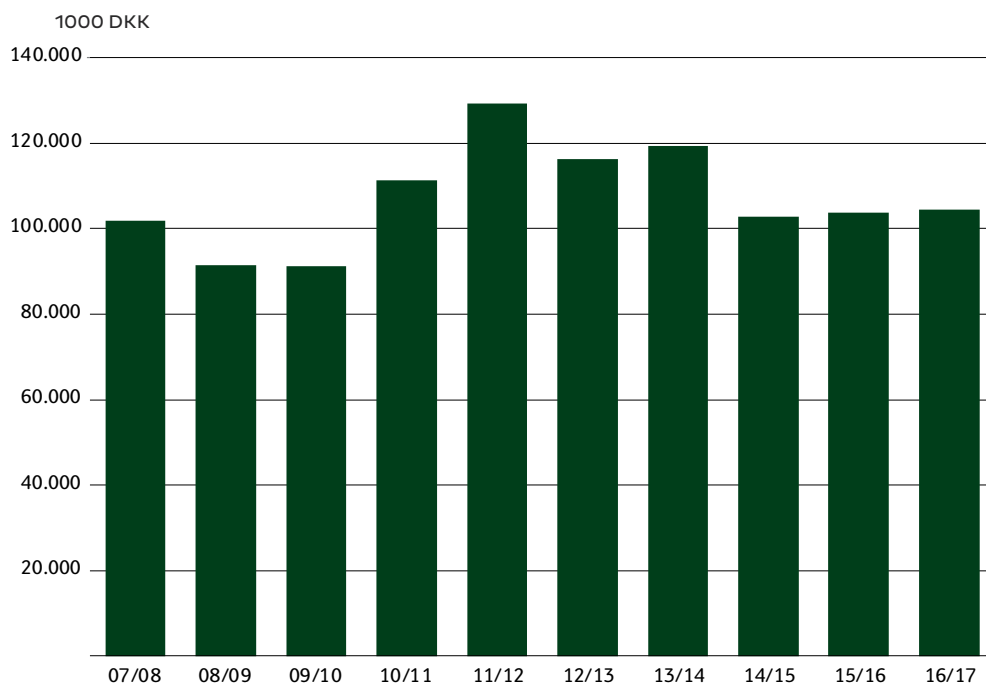
Antal slagtninger af FRILANDSGRIS® blev på 88.406 grise mod 97.545 sidste år, og faldt dermed med 9%. Forventningen til det kommende år er et lille fald i antal slagtninger.

Der er i alt udbetalt 24,5 millioner DKK til gruppen – inkl. restillæg, svarende til 3,22 DKK/KG mod 3,19 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 13,85 DKK/KG mod 12,57 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges evt. efterbetaling fra Danish Crown.

SALG AF FRILANDSGRIS® FORDELT PÅ MARKEDER

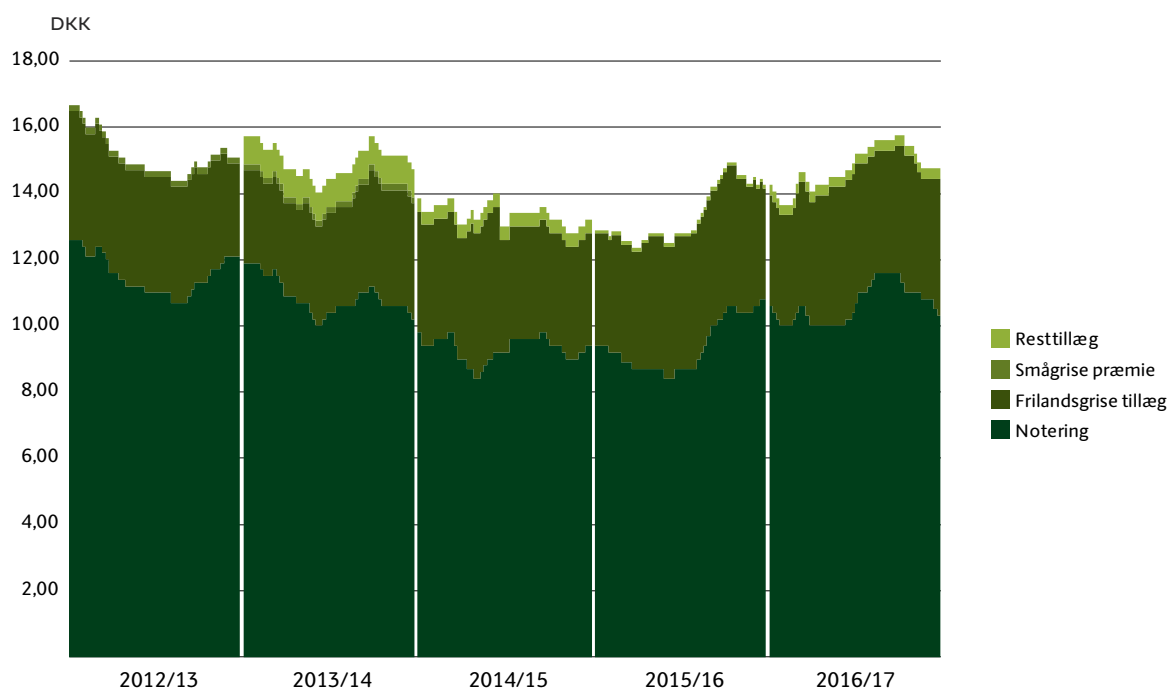


OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILANDSGRIS®



UDVIKLING I SAMLET AFREGNING FOR KVALITETSGODKENDT FRILANDSGRIS®

Hertil kommer efterbetaling fra Danish Crown



FRILAND KØDKVÆG / FRILAND LIMOUSINE®

Begge vores kødkvægskoncepter – FRILAND KØDKVÆG og FRILAND LIMOUSINE® kalve – har haft en tilbagegang i omsætningen. Vi har på begge koncepter været udfordret af at finde en mere fast afsætning af koncepterne og kæmper fortsat hårdt med at få det til at lykkes i tilstrækkelig grad. Samtidig ser vi, at store udsving i antal dyr presser prisen i perioder med mange dyr. Ingen tvivl om at der fortsat ligger en værdi at hente i en mere jævn tilgang af dyr.

Hårdest ramt har FRILAND LIMOUSINE® kalve været med en tilbagegang på 10% til 10 millioner DKK i omsætning, mens FRILAND KØDKVÆG har haft en mere moderat tilbagegang på 3% til 22 millioner DKK.

I skrivende stund er der forhåbning om, at vi i løbet af 2018 vil kunne skabe en bedre og mere solid base for begge koncepter.

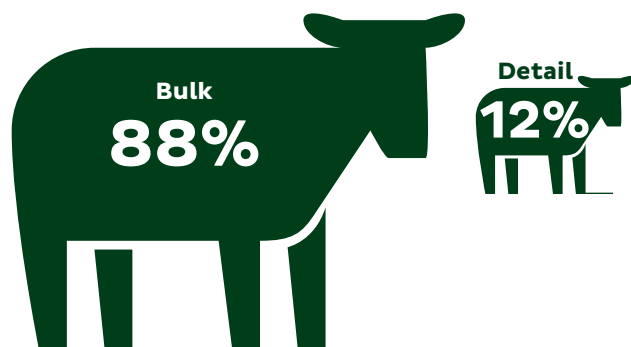
Antallet af dyr under FRILAND KØDKVÆG faldt fra 2.521 til 2.092. Der er i alt udbetalt 1,2 millioner DKK i frilandstillæg til gruppen – inkl. reststillæg og Dansk Kødkvæg tillæg, svarende til 2,15 DKK/KG mod 1,69 DKK/KG sidste år. Inkl.

noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 26,91 DKK/KG mod 26,53 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges evt. efterbetaling fra Danish Crown.

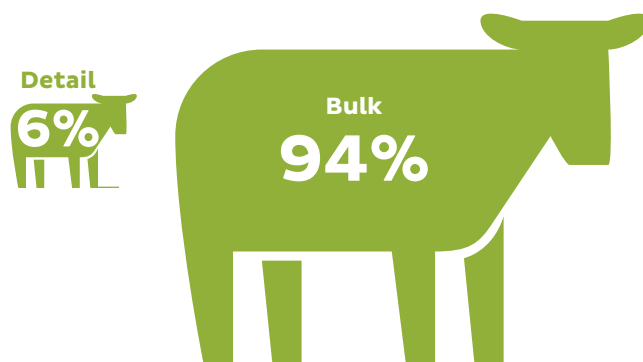
For FRILAND LIMOUSINE® kalves vedkommende er der slagtet 989 dyr mod 1.088 sidste år. Der er i alt udbetalt 1,3 millioner DKK i frilandstillæg til gruppen – inkl. reststillæg, svarende til 4,22 DKK/KG mod 4,18 DKK/KG sidste år. Inkl. noteringen fra Danish Crown er der i gennemsnit udbetalt 29,31 DKK/KG mod 30,12 DKK/KG sidste år. Til disse tal skal der lægges evt. efterbetaling fra Danish Crown.

Begge de relativt små kødkoncepter påvirkes meget af de udsving, der er i antallet af dyr til slagtning fra uge til uge – og hen over året. Derfor er det vigtigt fortsat at fokusere på at tilpasse udbud og efterspørgsel. I den forbindelse er flytningen af tilmeldingerne og den daglige administration til Holsted et vigtigt skridt. Vi har endnu ikke set det fulde potentiale af denne flytning af opgaverne, men forventer at kunne komme det nærmere i 2018.

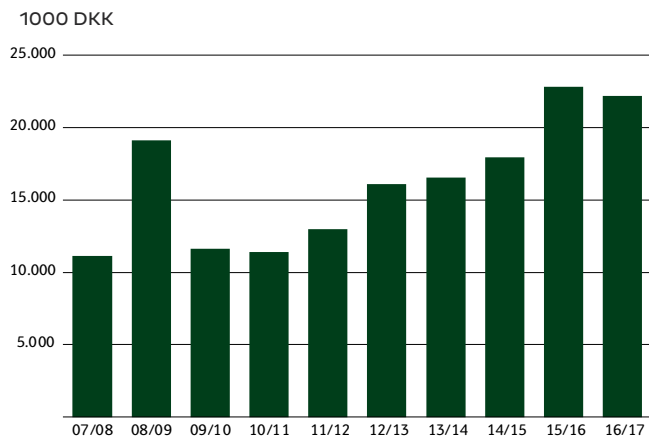
SALGSFORDELING FOR FRILAND KØDKVÆG



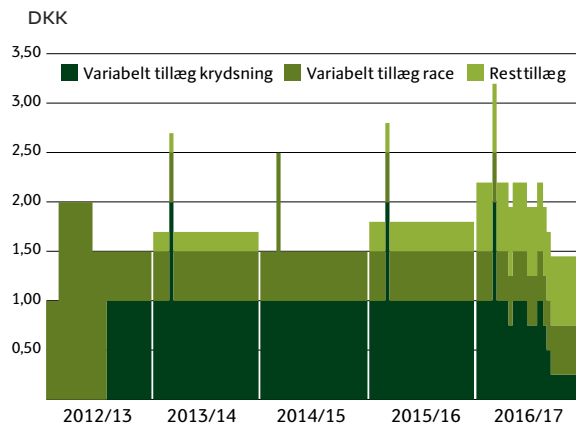
SALGSFORDELING FOR FRILAND LIMOUSINE®



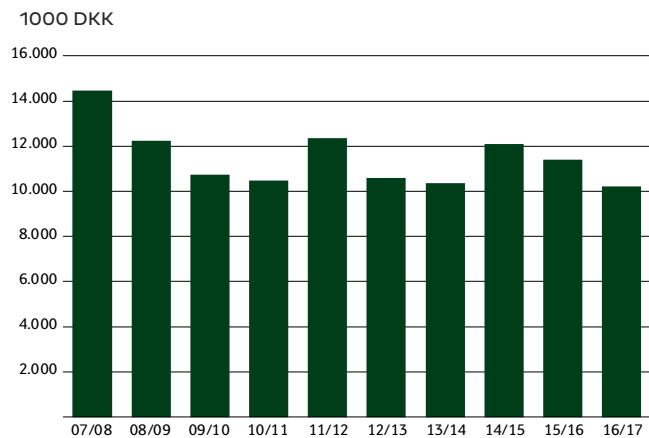
OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILAND KØDKVÆG



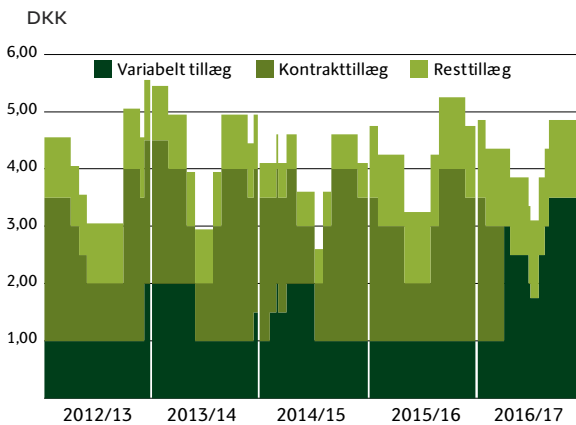
UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILAND KØDKVÆG



OMSÆTNINGSUDVIKLING FOR FRILAND LIMOUSINE®

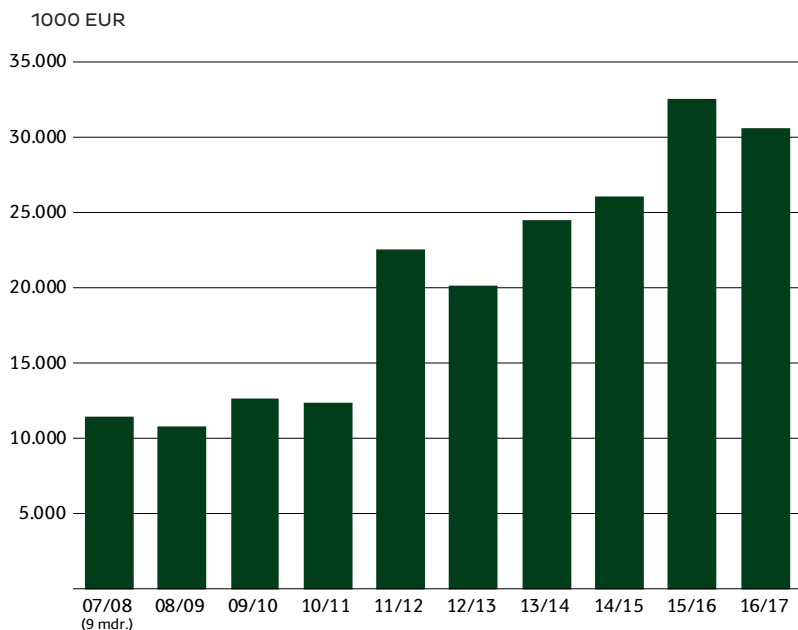


UDVIKLING I TILLÆG FOR FRILAND LIMOUSINE®



Friland J. Hansen GmbH

UDVIKLING I OMSÆTNING FOR FRILAND J. HANSEN



Efter rekordåret 2015/16 må det konstateres, at det seneste regnskabsår for Friland J. Hansen ligger betydeligt under forventningerne.

I forhold til året før er omsætningen faldet med ca. 2 millioner EUR til 30,53 millioner EUR, mens værdien af de indkøbte varer kun faldt med 1,44 millioner EUR til 28,64 millioner EUR. Derudover steg administrationsomkostningerne med 4,1% til 1,35 millioner EUR.

Overskuddet for regnskabsåret 2016/17 blev på 367.505 EUR, hvilket er mere end en halvering i forhold til året før.

Nedgangen skyldes blandt andet, at vi i det forgangne regnskabsår har måttet acceptere nogle betydelige prisreduktioner.

Dette skyldes hovedsageligt det store forsyningsstryk fra vores konkurrenter, som har indgået kontrakter på levende grise som følge af de manglende forsyninger i de seneste år. Vores konkurrenter har således tilbudt kunderne frosne varer til meget lave priser. Denne situation var forventet og blev allerede beskrevet i sidste årsrapport.

Med et samlet salg på 6.201 ton økologisk kød solgte vi ca. 100 ton mindre sammenlignet med året før.

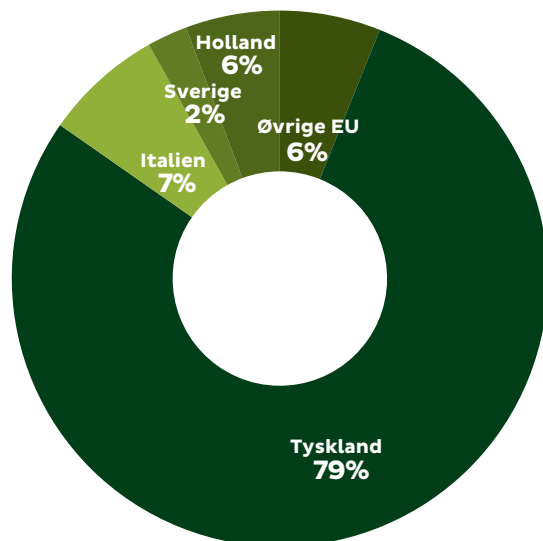
Af de 6.201 ton var 2.726 ton økologisk gris fra Danmark. Der blev desuden solgt i alt 910 ton økologisk oksekød.

I 2016/17 udgjorde den samlede andel af danske råvarer 59% mod 63% året før. I alt kom 54% af de samlede salgsmængder fra Friland A/S.

Ser vi fremad, oplever vi, at nogle større industrikunder, der ikke tidligere har arbejdet intensivt med økologi, nu begynder at gå ind i dette marked. Denne tendens er et meget klart tegn på, at vores forventning til fortsat vækst i efterspørgslen er rigtig. I de seneste to år, hvor der har været mangel på økologisk kød, har en del kunder været tilbageholdende med at sætte aktiviteter i gang og lancere nye produkter af frygt for, at der ikke kunne skaffes råvarer til det. Vi har derfor i den seneste tid haft fokus på at oplyse vores kunder om, at der nu bliver flere råvarer tilgængelige.

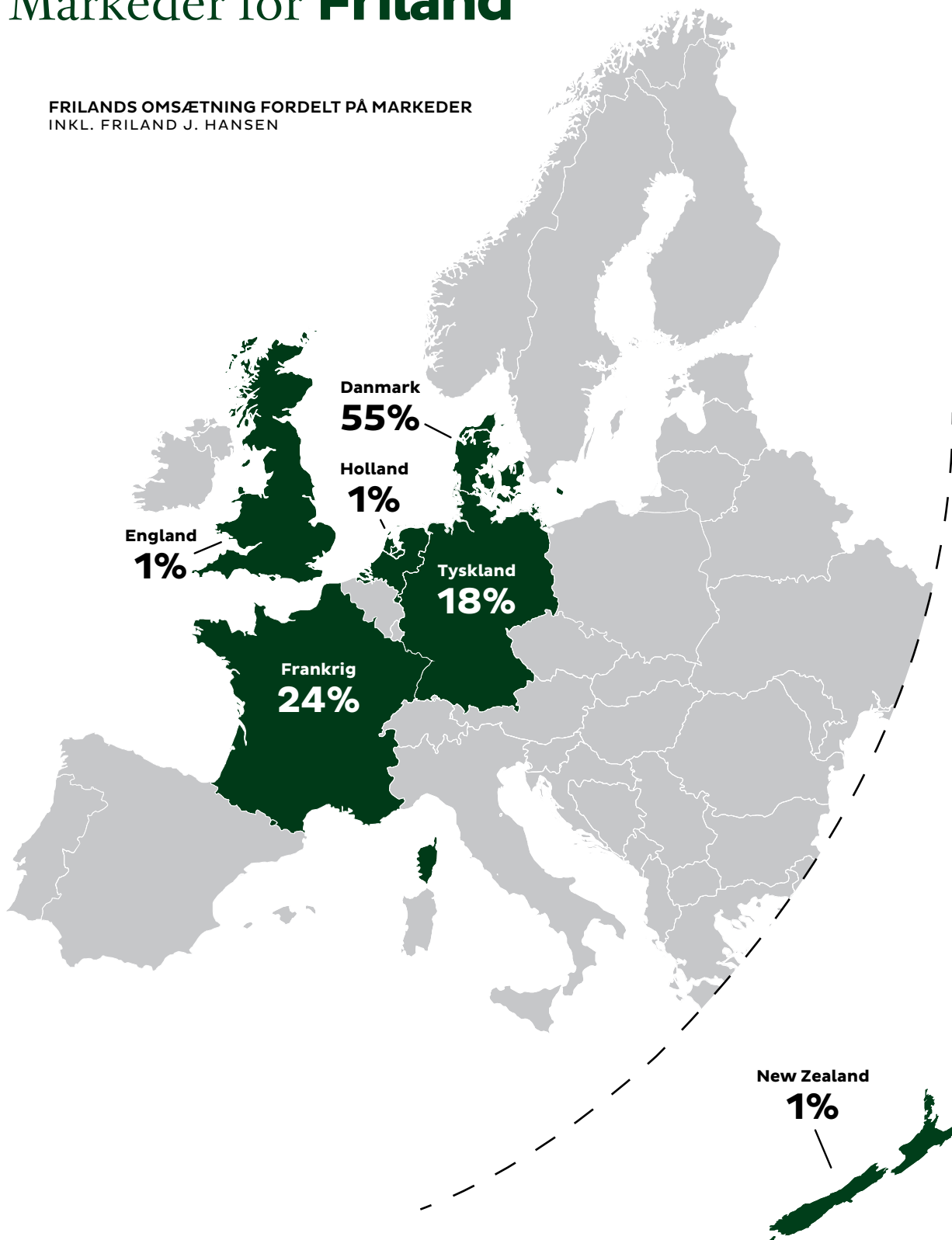
Markeder som Italien, Sverige, Holland og Belgien er ligeledes markeder, hvor vi ser en god interesse for økologisk kød og muligheder for en stigende vækst, når mængderne nu igen er tilgængelige. Overordnet er der derfor en god tro på, at vi vil kunne øge vores omsætning i det kommende år.

FRILAND J. HANSENS OMSÆTNING FORDELT PÅ MARKEDER



Markeder for **Friland**

FRILANDS OMSÆTNING FORDELT PÅ MARKEDER
INKL. FRILAND J. HANSEN



Brug af lokalbedøvelse ved **kastration** tegner lovende

Der er opnået gode erfaringer med at uddanne leverandører og medarbejdere i brugen af lokalbedøvelse. Metoden vil sikre bedre dyrevelfærd, når grisene skal kastreres.

Udviklingscenter for Husdyr på Friland (UHF) har det seneste år kørt et projekt, der skal indsamle erfaringer om brug af lokalbedøvelse i faremarken. Projektet har omfattet kurser for leverandører og medarbejdere fra foreløbig 10 økologiske og friland so-besætninger.

Normalt er det kun dyrlæger, der må anvende bedøvende midler, men en dispensation fra Fødevestyrelsen har gjort det muligt for UHF at afholde foreløbig tre kurser for so-holdere, hvor de lærer selv at lokalbedøve hangrise inden kastration. På kurset undervises deltagerne i virkning og brug af lokalbedøvende og smertestillende midler i forbindelse med kastration, og de får mulighed for at øve injektion af lokalbedøvelse. En svensk dyrlæge har stået for undervisningen, da lokalbedøvelse ved kastration siden januar 2016 har været et lovkrav i Sverige; her må leverandører selv lokalbedøve grisene efter gennemført kursus.

Fødevestyrelsens dispensation har desuden gjort det

muligt at afprøve lokalbedøvelse i praksis på nogle besætninger.

Nu høstes erfaringerne

Hen over sommeren 2017 har UHF indsamlet erfaringer fra to besætninger omkring de udfordringer, der er ved brug af lokalbedøvelse. I løbet af efteråret indsamles erfaringer fra yderligere 5-8 besætninger, der har gennemført kurset i lokalbedøvelse.

- Formålet er at samle erfaringerne omkring den praktiske håndtering af lokalbedøvelse i faremarken i en manual, der skal indeholde forslag til nye arbejdsgange, fortæller projektleder ved UHF Rikke Thomsen.

Hun lægger ikke skjul på, at det stiller nogle krav til besætningerne, da det både vil gøre kastrationsproceduren mere tidskrævende og medføre ændringer i rutinerne.

- Vores foreløbige erfaringer har dog vist, at med lidt tilpasninger af arbejdsgangen kan brug af lokalbedøvelse fint håndteres i faremarken. Det er også vores indtryk, at der er en generel positiv indstilling blandt de leverandører og medarbejdere, der har været med på kurset, siger Rikke Thomsen og understreger afslutningsvis:

- Vi har en klar forventning om bedre dyrevelfærd for grisene, når der anvendes lokalbedøvelse ved kastration.



LOKALBEDØVELSE KRÆVER LOVÆNDRING

Svinebranchen har indgået en frivillig aftale om, at kastration i den nuværende form skal udfases fra 2018. Udviklingscenter for Husdyr på Friland har derfor igennem en længere periode arbejdet med forskellige metoder til bedøvelse af grisene ved kastration. Senest er der sat fokus på lokalbedøvelse, men for at det kan fungere i praksis, er det nødvendigt, at griseleverandørerne selv kan udføre bedøvelsen, uden at en dyrlæge skal være til stede. Det vil imidlertid kræve en lovændring, da bedøvelse af dyr ifølge den nuværende lovgivning kun må foretages af en dyrlæge.



Sofari var også i år et hit hos børnefamilierne. I år var 8 ud af 14 Sofari-værter frilandmænd.



Velkommen på landet

Økodag, Sofari og Økologisk Høstmarked har også i år trukket tusindvis af danskere ud på landet, og mange af dem har besøgt en frilandmand.

Velbesøgt Økodag

Søndag den 23. april valgte 208.000 danskere at tage en tur på landet for at se de økologiske køer blive lukket ud på græs. Mange af gæsterne besøgte en frilandmand, for i år havde ikke færre end 40 af FRILAND ØKOLOGIS leverandører nemlig sagt ja til at være vært ved Økodag.

- Vi er rigtig glade for, at så mange af vores frilandmænd vil være med til at styrke danskernes kendskab til økologien, siger Marketing Manager fra Friland Maria Bast.

Lise og Bjørg Rasmussen, som har en limousinebesætning ved Fuglebjerg på Sjælland, var nogle af dem, der havde inviteret til Økodag, og blandt de mange besøgende var der også en lille flok gæster med et særdeles professionelt syn på økologisk oksekød. Teamet fra et af Danmarks bedste burgersteder, Gasoline Grill i København, var ude for at se, hvor noget af kødet til deres borgere kommer fra – burgerbaren får nemlig sit kød fra FRILAND ØKOLOGI.

Alle Friland-værterne blev også i år tilbudt aktivitetsmaterialer til dagen, bl.a. et informationsbanner om konceptet, opskriftsbrochurer og et vendespil til de yngste gæster.

12.000 danskere tog på Sofari

Søndag den 21. maj var det så leverandører af økologiske grise, der holdt åbent hus til Sofari. Flere end 12.000 danskere brugte søndagen på at få svar på spørgsmål som: Hvordan lever en økologisk gris? Og er de virkelig vilde med mudderbade?

Det var ottende gang, at forbrugerne havde mulighed for at komme helt tæt på de økologiske grise til Sofari. I år var hele 8 ud af de 14 værter frilandmænd, og en af dem var Nicolaj Pedersen, der havde 950 søndagsgæster.

- Det var en super dag med masser af sol. Vi oplevede ikke en eneste sur eller skeptisk person, folk var bare glade, siger Nicolaj Pedersen, der stillede op som Sofari-vært for 5. gang.

- Det hele er meget nede på jorden, og det tror jeg også er en af styrkerne ved arrangementet.

Nicolaj Pedersen havde først og fremmest besøg af børnefamilier, men også andre landmænd kiggede forbi.

Høstmarked rundede af

Den 2. og 3. september var det tid for Økologisk Høstmarked 2017, hvor det også var muligt at besøge en frilandmand. Disse leverandører blev ligeledes tilbudt en pakke med informationsmaterialer.



På den lille ø Egholm ved Aalborg er Holger Thomsen (t.v.) og Ole Brandsen Jensen med hjælp fra so-puljen kommet godt i gang med en økologisk griseproduktion.



En helt **anden måde** at holde grise på

Støtte fra Frilands so-pulje og et makkerskab med en yngre landmand hjalp Holger Thomsen i gang med økologisk griseproduktion.

Selv om man har rundet de 70 år og har været konventionel griseproducent det meste af sit liv, er det ikke for sent at lægge om til økologi – og blive bidt af det.

Det er i hvert fald sket for den nu 75-årige frilandmand Holger Thomsen, som bor på den lille ø Egholm ved Aalborg. Efter at have arbejdet med grise hele sit liv, var han for et par år siden klar til at indstille sin karriere, da en salmonella-infektion tvang ham til at slå hele sin besætning ned.

Den beslutning blev imidlertid ændret, da Holger Thomsen fik forbindelse til Ole Brandsen Jensen. Han havde arbejdet 10 år i Hviderusland som driftsleder på en stor grisefarm, men nu ville han gerne arbejde med økologiske grise i Danmark.

- Det er nærmest umuligt for en ung mand at starte sit eget landbrug nu om dage, da ingen banker vil låne penge

ud til landmænd. Jeg havde jo pludselig nogle tomme stalde, en masse marker samt tiden og lysten til at prøve noget nyt, siger Holger Thomsen.

De to mænd fik støtte fra Frilands so-pulje til 300 søer, og der blev lavet en model, hvor de hver ejer 50 procent af søerne, der er flyttet ind i farehytterne 500 meter fra gården.

- Det fungerer rigtig godt, men altså... Vi kom begge fra konventionel drift, så vi har været nødt til at prøve os lidt frem undervejs. Heldigvis er det gået godt, siger frilandmanden.

Ud over det rent praktiske har overgangen til økologi også ændret Holger Thomsens opfattelse af grise markant. Igennem alle årene som konventionel griseproducent holdt han aldrig specielt meget af de firbenede – de var bare "ligesom nødvendige for forretningen, hvis jeg ville leve af at være landmand", som han udtrykker det.

Nu nyder han at komme ud på markerne, hvor smågrise-ne pisker rundt.

- Jamen, det er jo dejligt at se. Det er en helt anden måde at holde grise på, siger Holger Thomsen.

SO-PULJENS FIRE MILLIONER KRONER ER UDBETALT

Siden 2015 er 4.000 nye økologiske søer blevet hjulpet i gang med støtte fra den såkaldte so-pulje, og ved regnskabsårets afslutning er alle pengene fra puljen udbetalt. På baggrund af den store efterspørgsel efter økologisk grisekød etablerede Friland puljeordningen i april 2015, hvor der blev hensat to millioner kr. til etableringstilskud ved udvidelse eller opstart af økologisk so-hold. Ordningen blev en stor succes, og derfor besluttede Frilands bestyrelse i marts 2016 at hensætte yderligere to millioner kr. til puljen. Også disse penge, dvs. i alt fire millioner kr., er nu udbetalt.



Slotsejer gav inspiration på **sommerudflugten**

Et inspirerende foredrag af Gram Slots ejer var blandt højdepunkterne på Økokød og Frilands sommertur.

Gram Slot bød på en imponerende ramme for Økokød og Frilands sommerudflugt den 21. juni. 140 Friland-leverandører med ledsagere deltog i udflugten, der bød på et halvanden time langt foredrag med Gram Slots ejer Svend Brodersen. Han opfordrede blandt andet tilhørerne til at gribe nogle af de 10 muligheder, som hver dag – efter hans opfattelse – byder på.

Udover foredraget med Svend Brodersen fik deltagerne en rundvisning på Gram Slot og i de tilhørende avlsbygninger,

hvor der er indrettet blandt andet gårdbutik og konferencelokaler. Som afslutning på dagen var der mulighed for at besøge Nybøl Gods, der hører ind under Gram Slot. Her produceres den mælk, som Gram Slot sælger i Rema 1000 butikkerne.

Dagens program faldt i god jord hos deltagerne. Leverandør af økologisk kødkvæg til Friland, Leif Bodilsen, betegnede udflugtsmålet som "helt i top".

- Min kone og jeg har været med på seks sommerudflugter. Det er godt, at Friland står for den slags arrangementer, for det er altid rart at komme ud og få en snak med andre kollegaer.



Gram Slot dannede en smuk ramme om Økokød og Frilands sommertur.



Nyt mærke ændrer kvalitetskrav

Det nye statslige dyrevelfærdsmærke Bedre Dyrevelfærd har krav om hele haler, og det har ændret Frilands afregning til leverandørerne af FRILAND ØKOLOGI, gris og FRILANDSGRIS®.

Indførelsen af det statslige dyrevelfærdsmærke har betydet, at afregningen til Frilands leverandører af såvel FRILAND ØKOLOGI gris som FRILANDSGRIS® blev ændret den 1. maj. Baggrunden er kravet om, at grisene skal have hele haler for at kunne opnå mærket Bedre Dyrevelfærd. På slagteriet vil grise, der får bemærkninger for halebid, blive frasorteret, og de kan dermed ikke sælges under den nye mærkningsordning.

Den samlede udbetaling er uændret

Samlet set udbetales der lige så meget til leverandørerne som før 1. maj, men der er sket en omfordeling af de tillæg, der er til udbetaling. For en leverandør med en gennemsnitlig godkendelsesprocent er der således ikke sket nogen ændring i afregningsprisen, mens leverandører med høj

godkendelsesprocent har opnået en lille stigning.

Omvendt vil en lav godkendelsesprocent reducere den gennemsnitlige afregningspris, og derfor er der nu et større incitament til at levere kvalitetsgodkendte grise ved at forebygge og behandle, hvis der opstår halebid i besætningen.

Business Supporter Henriette Guldager minder i den forbindelse om, at leverandørerne kan få hjælp hos Danish Crown Rådgivningskonsulenter til at forebygge halebid i besætningerne.

Øget værdi

Frilands direktør Henrik Biilmann har positive forventninger til mærket.

- Friland har valgt at tiltræde det statslige dyrevelfærdsmærke, da vi tror på, at ordningen vil bringe værdi til vores produkter. Vi er overbeviste om, at vores danske kunder vil stille krav om, at både FRILANDSGRIS® og FRILAND ØKOLOGI grisekød kan mærkes under ordningen, siger han.

FRILANDSGRIS® og FRILAND ØKOLOGI grisekød er i butikkerne mærket med tre ud af ordningens tre hjerter.



TRE HJERTER TIL FRILAND

Det statslige dyrevelfærdsmærke Bedre Dyrevelfærd er udviklet af Fødevarestyrelsen i samarbejde med dansk detailhandel og slagterierne. Mærket har siden maj gjort det muligt for forbrugerne at afkode dyrevelfærden på dansk, fersk grisekød. Der bliver givet fra et til tre hjerter med tre hjerter som garant for den bedste dyrevelfærd. For at opnå mærket Bedre Dyrevelfærd kræves der bl.a. hele haler. De tre hjerter findes både på produkter under FRILANDSGRIS® og økologisk gris fra FRILAND ØKOLOGI.





Frilands arbejde med at sikre bedre dyrevelfærd blev belønnet af Den europæiske sammenslutning af dyreværnsorganisationer Eurogroup For Animals.



Hæder til Friland

Både danske forbrugere og den europæiske sammenslutning af dyreværnsorganisationer har i 2017 givet Friland topkarakterer.

Danske forbrugere opfatter Friland som et af de mest bæredygtige brands. Det blev slået fast, da Friland i slutningen af marts røg direkte ind på tredjepladsen i årets Sustainable Brand Index, kun overgået af Urtekram og elbilerne fra Tesla.

Resultatet er opnået gennem Frilands fokuserede indsats for at øge danskernes kendskab til Friland og Frilands landmænd - blandt andet på de sociale medier og med FRI-kampagnen. Placeringen er noget, der gør direktør i Friland, Henrik Biilmann, til en glad mand:

- Jeg er utrolig glad og stolt over, at vi er kommet i så godt selskab med denne placering – ikke kun på medarbejderernes vegne, men i særdeleshed også på vores frilandmænds vegne.

- Vores styrke ligger netop i vores landmænd og vores store erfaring. Vi har været blandt de første på det her

marked og har været med i både op- og nedture, siger Henrik Biilmann.

Pris for 25 års dyrevelfærd

Et par måneder senere – i juni – blev Friland så tildelt den europæiske Corporate4Animals-pris for sit store arbejde med at sikre bedre dyrevelfærd i produktionen af FRILANDSGRIS® og FRILAND ØKOLOGI grise

Det er den europæiske sammenslutning af dyreværnsorganisationer, Eurogroup For Animals, der står bag prisen, og gruppen begrunder prisen til Friland med virksomhedens arbejde for dyrevelfærd igennem 25 år. Samtidig er der lagt vægt på Frilands gennemsigtighed, den gode forbrugerkommunikation og den tætte kontakt til Dyrenes Beskyttelse og landmændene, som er mulig, til trods for at Friland er Europas største økologiske kødselskab.

Det var Dyrenes Beskyttelse, der havde nomineret Friland til prisen. Den gives hvert år til en virksomhed, der har gjort en særlig indsats for at forbedre dyrevelfærden i Europa.



FRILAND KØDKVÆG OG FRILAND LIMOUSINE®:

Større smidighed med **ændrede tillæg** og kvalitetskrav

Ved årsskiftet blev tillæggene for FRILAND KØDKVÆG og FRILAND LIMOUSINE® ændret. Det har gjort administrationen mere smidig og tillæggene mere fleksible.

Afregningen af kreaturer til FRILAND LIMOUSINE® og FRILAND KØDKVÆG blev i januar 2017 ændret, da kontraktillægget og det variable tillæg blev lagt sammen. Herefter er der kun et enkelt tillæg til FRILAND LIMOUSINE® og to til FRILAND KØDKVÆG (racedyr og krydsningsdyr), som alle kvalitetsgodkendte dyr opnår.

Udover sammenlægningen af tillæggene blev der også ændret i racekravet til dyrene. Tidligere kunne dyrene gå ind i FRILAND LIMOUSINE®- og FRILAND KØDKVÆG-konceptet, hvis de var minimum 75 procent af én race. Nu er det kun afgørende, hvilken racekode dyrene står med i CHR-registret.

Mulighed for bedre planlægning

Ændringen har gjort administrationen mere smidig, og samtidig er det blevet lettere at skruer op og ned for tillægget, hvilket har givet Friland mulighed for bedre planlægning.

- Problemet var, at vi i visse situationer manglede kreaturer til slagtning, mens vi på andre tidspunkter havde for mange i forhold til salget. Derfor havde vi brug for et mere fleksibelt værktøj til at få dyrene ind, når vi har brug for dem, siger Frilands direktør Henrik Biilmann.

Én samlet afregning

Ændringerne betyder, at gældende notering og tillæg bliver afregnet på én gang, således at leverandørerne nu kun modtager én samlet afregning for slagtedyrene mod tidligere to.

Dyr uden godkendt racekode vil fortsat kunne indgå i FRILAND KØDKVÆG-konceptet som krydsningsdyr, hvis formkravet på minimum 7,5 er overholdt. Dyrene vil da modtage variabelt tillæg til krydsningsdyrene.



Projektet "Økologiske ungtyre fra malkekvæg året rundt" skal få flere økologiske leverandører til at beholde og opdrætte deres ungtyre.



Udviklingscenter indsamler erfaringer med økologiske ungtyre

Erfaringerne samles i en række gode råd om økonomi, drift og sikkerhed.

Friland mangler fortsat økologisk oksekød, der er velegnet til hakket kød, og økologiske ungtyre fra malkekvæg kunne være et godt bidrag til at imødekomme efterspørgslen.

De økologiske leverandører har imidlertid nogle særlige udfordringer med at opdrætte ungtyrene. Derfor sælges langt de fleste økologiske ungtyre i dag videre til konventionelle opdrættere, og ender dermed som konventionelt kød.

For at tilskynde flere økologiske leverandører til at beholde og opdrætte deres ungtyre, indsamler Udviklingscenter for Husdyr på Friland i 2017 erfaringer fra leverandører, der har økologiske ungtyre på friland. Det sker i projektet "Økologiske ungtyre fra malkekvæg året rundt", der er finansieret af Økokød.

Økonomi og sikkerhed

For kommende leverandører er der allerede gode råd at

hente i de foreløbige erfaringer, der både omhandler økonomi, drift og sikkerhed.

For eksempel skal leverandøren hele tiden have fokus på at holde omkostningerne til foderet nede. Det gælder helt fra mælkefodringen i de første tre måneder af kalvens liv, og senere er det vigtigt med et højt niveau af afgræsning og grovfoder af god kvalitet. Desuden skal ungtyrene kunne holdes i allerede eksisterende bygninger, da det er svært at få økonomi i produktionen, hvis der skal bygges nyt.

Der skal også tænkes sikkerhed ind i produktionen, for specielt ungtyre over et år kan være ret voldsomme. Erfaringerne viser, at ungtyrene er mere rolige, hvis der er krydset kødkvæg ind i malkekvægsracen, og hvis flokken består af de samme dyr fra start til slagtetidspunkt, så de kender deres plads. Når man omgås ungtyrene er det altid vigtigt at tænke på sin egen sikkerhed – f.eks. ved at tage en traktor med ud i marken – og have respekt for dyrene.

Forsøg med kunstig skygge på faremarken

Når solen skinner og det bliver varmt på faremarken, har diegivende søer brug for skygge. Udviklingscenter for Husdyr på Friland har i sommeren 2017 arbejdet med kunstig skygge som led i et større projekt om pattegrises trivsel.

Søer og grise har behov for et tilflugtssted på varme og solrige dage, hvis ikke de kan søge naturlig skygge under træer og buske. Både søer og pattegrise bliver nemlig hurtigt solskoldede, og søerne kan få varmessress, når temperaturen kommer over 20°C. Derfor har Udviklingscenter for Husdyr på Friland (UHF) undersøgt, om det kan øge dyrenes velfærd i sommerperioden at etablere kunstig skygge i farefolden.

Forskellige skyggeformer

UHF har gennemført undersøgelsen i to økologiske besætninger, hvor leverandørerne anvender forskellige former for skyggekonstruktioner i farefolden, enten i form af en

udhængende plade monteret på farehyttens tag eller som en fritstående "pavillon".

Nogle af farehytterne er derudover blevet kalket for at sænke temperaturen inde i hytten.

- Vi har løbende registreret temperaturen i både almindelige og kalkede hytter, og samtidig har vi fulgt søer og pattegrise i både skyggede, kalkede og normale hytter for at registrere, om dyrene gjorde brug af muligheden for skygge, fortæller Marianne Bonde, som er projektleder i UHF.

Kalk køler

Undersøgelsen blev afsluttet med udgangen af august, og herefter gøres resultaterne op.

- De foreløbige resultater ser ud til at bekræfte teorien om, at man på solskinsdage kan få sænket temperaturen i hytten med et par grader ved at kalke den, konstaterer Marianne Bonde.

Udover skygge skal udendørs søer have adgang til sølebad, når den gennemsnitlige dagtemperatur kommer over 15°C.



På varme og solrige dage har søer og grise behov for at kunne søge skygge, og derfor bliver forskellige former for kunstig skygge undersøgt.



Interessen og spørgelysten var stor, da 30 landmænd besøgte so-holder Jakob Gammelgård på Frilands inspirationsdag.



Inspiration til **en fremtid** som Friland-leverandør

30 landmænd, der overvejer at kaste sig over produktion af FRILANDSGRIS® eller økologisk gris, deltog i Frilands inspirationsdag.

Vejret viste sig fra sin bedste side på Frilands inspirationsdag i Bording mandag den 15. maj. 30 nye og nuværende landmænd, der overvejer en fremtid som leverandør til Friland, var mødt op, og det var noget, der glædede Frilands direktør Henrik Biilmann:

- Jeg er glad for, at 30 deltagere er mødt op for at høre mere om Friland. Vi er i en god vækst, så jeg håber, at vi ser flere af dem som leverandører i fremtiden, siger Henrik Biilmann. Han benyttede dagen til at fortælle om det at være leverandør til Friland, som er meget mere end et afsætningsselskab.

Inspirationsdagen begyndte med et besøg hos so-holder Jakob Gammelgaard, der blev økolog i 2015. Han viste deltagerne rundt på sin gård med søer og smågrise, og undervejs delte han ud af sine erfaringer. Så der blev flittigt noteret på blokken hos de nysgerrige deltagere.

Jørn Hounsgaard var en af de deltagere, der lyttede godt efter.

- Vi har en plan om at omlægge til økologi her til sommer med 300 søer, så jeg var med for at se, hvordan Jakob gør.

Vigtige erfaringer

Det er ikke uden grund, at dagen hedder inspirationsdag. Frilands leverandører af FRILANDSGRIS® og FRILAND ØKOLOGI gris har nemlig næsten lige så mange forskellige staldsystemer og måder at holde grise på, som der findes leverandører.

- Friland har ikke nogen nøglefærdig specifikation for, hvordan den enkelte stald skal se ud. Stalden skal blot overholde de gældende standarder og krav, der er for FRILANDSGRIS® og FRILAND ØKOLOGI gris. Derfor er det så vigtigt, at vores leverandører deler deres erfaringer og lærer af hinanden, så der sker en udvikling, og vi får nye leverandører i gang, siger Jens Peter Nannerup, konsulent i Danish Crown Ejerservice.

Inspirationsdagen sluttede hos Jens Larsen, økologisk producent af slagtegrise og aftager af smågrisene fra Jakob Gammelgaard. Her kunne deltagerne se, hvordan en almindelig slagtesvinestald er blevet ændret til økologisk produktion med stortier ved at tilbygge en udendørs løbegård og en bygning med strøet liggeareal.



Ejeren af restaurant Bull i Odense, Henning Andersen, er lige så begejstret for kødet fra Friland som restaurantens kunder.



Burger-bøffen skal være noget særligt

Flere og flere burgerrestauranter laver deres egen signaturburger, og det øger efterspørgslen efter eksklusive kødkoncepter som FRILAND ØKOLOGI og FRILAND KØDKVÆG.

En burger er ikke længere bare en burger. Stadig flere burgerrestauranter vælger at have deres egen luksus-udgave på menukortet, og så skal bøffen også være af en særlig kvalitet og gerne have en speciel historie.

Der er for alvor kommet gang i efterspørgslen, efter at Gasoline Grill i København sidste efterår blev kåret som et af verdens bedste burgersteder af det anerkendte amerikanske medie, BLOOMBERG. Gasoline Grill får alt sit oksekød fra FRILAND ØKOLOGI, og det er tydeligvis blevet bemærket af andre restauranter.

- Efter BLOOMBERGs kåring har vi oplevet en øget efterspørgsel fra andre burgersteder, som har fået øjnene op for Frilands produkter, fortæller Key Account Manager i Danish Crown, Lars Østergaard.

- Mange restauranter vil gerne lave deres egen burger,

som skiller sig ud fra mængden, og derfor efterspørger de kød fra eksklusive kødkoncepter, som Friland kan tilbyde. De har simpelthen erkendt, at det godt kan betale sig at ofre et par ekstra kroner på bøffen i burgeren.

10.000 burgere på tre dage

En af de restauranter, der har succes med at bruge kød fra Friland, er Bull Burgere i Odense. Da Tinderboxfestivalen løb af stablen i Odense i juni, stod folk i kø for at sætte tænderne i en af de populære burgere med kød fra FRILAND KØDKVÆG, og i løbet af festivalens tre dage blev der langet mere end 10.000 burgere over disken.

- Vi er meget glade for kødet fra Friland. Kvaliteten er super, og så er der også en god dyrevelfærdshistorie i kødet, siger Henning Andersen, der ejer Restaurant Bull, som står bag Bull Burgere.

Henning Andersen fortæller videre, at kødet får masser af ros fra kunderne.

- Folk er helt vilde med det. I vores restauranter i Odense kommer folk begejstrede tilbage og siger, at de virkelig kan smage forskel på kødet.



Kendt, tysk selskab vælger grise fra FRILAND ØKOLOGI

I denne sommer lykkedes det for Frilands tyske datterselskab, Friland J. Hansen, at indgå en leveringsaftale med en af Tysklands mest kendte mærkevareproducenter inden for fødevarer.

Rügenwalder Mühle, som selskabet hedder, er et familieejet selskab med et særdeles godt renommé, og det er kendt over hele Tyskland for sine kvalitetsprodukter.

- Rügenwalder Mühle har stor succes med deres produkter, og på landsplan ligger mærkevarekendskabet på 97 procent. Derfor er det selvfølgelig utrolig positivt, at de nu er gået ind i økologi og har valgt Friland som leverandør af økologisk grisekød til deres produkter. To økologiske

produkter er allerede i handlen, og der følger yderligere to i år, siger direktør i Frilands datterselskab, Jürgen Hansen.

Han betegner det nye samarbejde som et "partnerskab", fordi de to selskaber er i god dialog blandt andet om produktudvikling.

Økologisk kød på vej op

Jürgen Hansen forventer, at Rügenwalder Mühles satsning på økologi vil få andre tyske selskaber til at følge efter med økologisk kødpålæg.

- Kød og pålæg er stadig et forholdsvis lille område inden for økologien, men det er på vej op, siger Jürgen Hansen.

Tyskland er Europas største marked for økologiske produkter, og i 2016 blev der omsat økologi for 8,6 mia. EUR.





Forbrugerne har i årets løb kunnet opleve Fri-kampagnen på mange måder og mange steder.





FRI-branding kan ses, høres og smages

Virtual reality-briller, tusindvis af smagsprøver, madbloggere og ikke mindst dialog skal øge forbrugernes kendskab til og præference for Friland.

Under titlen FRI søsatte Friland i 2016 sin hidtil største nationale kampagne. Formålet er at øge forbrugernes kendskab til FRILAND ØKOLOGI og deres præference for brandet, og det er især sket ved at bruge frilandmændene som talerør.

Også i 2017 har danskerne, især i de større byer, kunnet støde på FRI-kampagnen i mange forskellige former – lige fra annoncer og film i online-medier til blogindlæg og en snak med Frilands medarbejdere.

I foråret kunne de rejsende på henholdsvis Aarhus og Københavns Hovedbanegård således komme "en tur på landet" og opleve FRI'e køer og grise. Gennem de såkaldte virtual reality-briller fik københavnere og aarhusianere mulighed for at se, høre, dufte og føle, hvordan livet ser ud for økologiske grise og køer. Brillerne skaber illusionen om at være på en kløvermark sammen med de økologiske køer eller gå rundt blandt grisehytter, selv om man rent faktisk befinder sig på en travl banegård.

FRI på Food Festival

FRI var også til stede, da årets Food Festival i Aarhus løb af stablen den første weekend i september. Med 31.000 gæster var der mere end travlt på FRILAND ØKOLOGI's stand, hvor smagsprøver på økologiske hakkebøffer, entrecote, stegt flæsk, medister og koteletter blev langet over disken i et uhørt højt tempo.

- Vi er overvældede over, hvor mange der kiggede forbi. Selvom vi havde fire-fem personer i gang med at grille og servere smagsprøverne, så skete det alligevel et par gange, at vi ikke kunne følge med. Men det gjorde faktisk ikke så meget, for mange brugte ventetiden til at spørge ind til vores produkter og Frilandskonceptet, siger Concept Manager i Friland Maibritt Bisgaard.

Samarbejde med bloggere

Food Festivalen blev samtidig brugt som startskuddet for sensommerens FRI-kampagne, hvor FRILAND ØKOLOGI som noget nyt har indledt et samarbejde med bloggere, som har lavet videomateriale med lette opskrifter til kampagnen.

- Madbloggere er meget populære i mediebilledet og har fingeren på pulsen, når det handler om de trends, man ser inden for madlavningen. Derfor giver det os virkelig meget tilbage i form af inspiration til både vores produktudvikling og synligheden for kampagnen generelt, når vi samarbejder med bloggerne, siger Maibritt Bisgaard.





Poul Outzen:
PÅ GRISENES PRÆMISSER



Asmussen & Kaczmarek:
KO-FÆLLESSKAB
GIVER STORE FORDELE



Nielli Simmelsgaard:
FRILANDSGRIS I BLODET

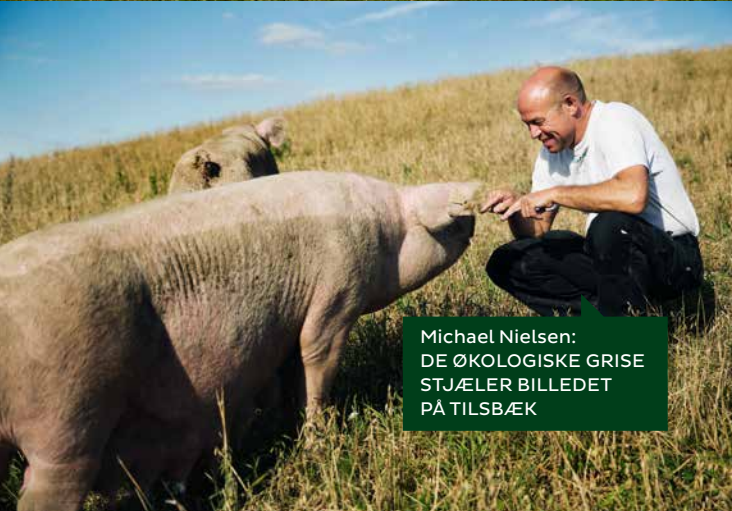
Mød nogle af Frilands frilandmænd



Anita Rankenberg Juel:
FRILANDMAND MED
RØDLAKEREDE NEGLE



Niels Nielsen:
FRILANDMAND I
HISTORISKE RAMMER



Michael Nielsen:
DE ØKOLOGISKE GRISE
STJÆLER BILLEDET
PÅ TILSBÆK



Rud Mikael Bruun:
FRIE GRISE ER
GLADE GRISE



Preben Madsen:
ØKOLOGI SKABER
GLÆDE OG STOLTHED



Mads Thinggaard Kristensen:
ØKOLOGI ER EN FORNØJELSE



Preben Drastrup:
DEN KOMPROMISLØSE ØKOLOG



Per Rytter Andersen:
DIALOG MED FORBRUGERNE
ER VIGTIG



Jesper Adler:
FRIHED FREM FOR ALT



Laurs Papsø Laursen:
REKLAMEMODEL FOR
ØKOLOGISK KØD



Hans Jørgen Brink:
DYREVELFÆRD MED
ET STREJF AF TERAPI

Læs historierne på
friland.dk



Skovgrisen er den første 4-hjertede gris i Irma

Midt i september blev Frilands Skovgris i Irma tildelt fire dyrevelfærds-hjertes i Coops dyrevelfærdsordning. Skovgris er dermed den første gris i Irma, der kan prale af at have den højeste velfærd på Coops skala.

Det er et uafhængigt ekspertpanel, der har evalueret og tildelt Skovgris de fire hjertes, som kun bliver givet, hvis der er gjort en ekstraordinær indsats for dyrevelfærden.

- Vi er rigtig stolte af, at vi med Skovgrisen kan lave en velfærdsgris, der kan leve op til det højeste niveau i Coops dyrevelfærdsordning, siger Senior Business Unit Manager Torben Pedersen fra Tulip.

Sensommerens Skovgris bliver altså den første med fire hjertes på etiketten i Irma-butikkernes kølediske.

Opvokset i Karup

Irmas Skovgris vokser op på gården Overtorp ved Karup hos frilandmand Nielli Simmelgaard.

Skovgrise bliver født som FRILANDSGRIS® og bor sammen med soen i en hytte på en græsmark de første fem uger af deres liv. Derefter lever de yderligere fem uger i en stald med adgang til det fri. Det sker for at give grisene mulighed for at vænne sig til at leve uden soen, inden de møder udfordringerne i skoven. Efter ca. 10 uger er grisen helt klar til livet i skoven.

- De stikker straks trynen i jorden. De elsker at rode i jorden, hvor de finder kogler, snegle og rødder. Grisene har det rigtig godt, når de løber rundt ude i skoven og nyder det frie liv, siger Nielli Simmelgaard.



God dialog i Forum med den madglade forbruger

I marts mødte Friland de københavnske forbrugere, da Irma for tredje år i træk afholdt forbrugermessen 'Mad og Glæde' i Forum.

- Det var en rigtig god oplevelse, og vi havde en god dialog med forbrugerne. Der var 13.000 besøgende i løbet af weekenden, og vi udleverede 9.000 smagsprøver, så de fleste var inde omkring vores stand, konstaterer Concept Manager i Friland Maibrith Bisgaard.

Sammen med medarbejdere fra Friland og Danish Crown havde hun travlt med at sørge for smagsprøver og svare på forbrugernes spørgsmål.

- Der var en del, der spurgte til det gode dyreliv for en FRILANDSGRIS® og en FRILAND LIMOUSINE® kalv, og da vi serverede smagsprøver på vores krogmodnede koteletter af FRILANDSGRIS®, fik vi også en del spørgsmål om kødets modningsproces, fortæller Maibrith Bisgaard.

Udstillingen sluttede af med, at Irma havde inviteret sit personale til at besøge messen og få en dialog med leverandørerne til Irma. Flere slagtere og kødglade medarbejdere fra Irma benyttede lejligheden til at stille mange uddybende spørgsmål til Frilands kødkoncepter og ikke mindst til sortimentet.



FRILAND LIMOUSINE® udfordret

Efter at salget af FRILAND LIMOUSINE® til en af de store, faste aftagere er gået tilbage, arbejdes der nu på at finde andre og nye afsætningskanaler.

- Tilbagegangen på salgsvolumen har gjort det nødvendigt at finde nye salgskanaler for at få afsat kødet fra FRILAND LIMOUSINE®. Her ved slutningen af regnskabsåret er vi fortrøstningsfulde i forhold til at få en fast aftager, som skal findes inden for segmenterne foodservice og detailhandel, siger Claus Hein, Vice President, Sales Nordic, Danish Crown Beef.

Der sælges fortsat FRILAND LIMOUSINE® kalv til supermarkeder med slagterafdeling, private slagtere og danske grossister. Desuden bruges der op mod 1.000 kg FRILAND LIMOUSINE® kalvekød om ugen til medister samt hakket kalv og flæsk.



Nyt look til FRILAND KØDKVÆG

Billeder af kvæg er det bærende element i FRILAND KØDKVÆGs nye visuelle identitet hos både slagtere og detailhandlen.

Som et led i at styrke FRILAND KØDKVÆGs brand og skabe større slægtskab til de andre Friland koncepter fik FRILAND KØDKVÆG i foråret en ny visuel identitet.

- Vi har ønsket at få mere fokus på kvægets livsvilkår og landmændenes omsorg for kvæget. Det gør vi ved at vise billeder af kvæg på marken eller i stalden og gerne sammen med landmanden, siger Marketing Manager i Friland, Maria Bast.

Det nye design går igen på etiketter til kødpakker, flyers med konceptinformationer og butiksskilte til både detailhandlen og de private slagtere.

- Derudover kan forbrugere finde en beskrivelse af hver race under FRILAND KØDKVÆG på friland.dk, hvor de også kan finde film, opskrifter og landmandsportætter, siger Maria Bast.



Økologiske skinker er Frilands suverænt største eksportvare til Frankrig, hvor Friland sidste år oplevede et rekordsalg.



Oui til Friland

Friland fik bekræftet sin succes på det franske marked, da verdens største fødevaremesse, SIAL, blev afholdt i Frankrig sidste efterår. Her havde Friland en fælles stand med Danish Crown og ESS-FOOD, hvilket gav øget aktivitet og dermed var til fordel for alle parter.

- På messen havde vi både en god dialog med vores eksisterende nøglekunder, ligesom vi fik kontakt til nye, potentielle kunder – heriblandt flere internationale producenter af kødprodukter eller fødevarer fra blandt andet Japan og New Zealand, fortæller selskabets eksportmanager Marc Ridout, der betegner SIAL messen 2016 som den hidtil mest succesrige. Sammen med direktør Henrik Biilmann repræsenterede han Friland på messen.

Sidste år satte Frilands salg til Frankrig rekord, og Marc Ridout fortæller, at der er lagt en handlekraftig plan, der skal skabe yderligere vækst i det kommende år.

SIAL afholdes hvert andet år i Paris. I 2016-udgaven deltog cirka 7.000 fødevarerudstillere fra 105 lande samt mere end 155.000 gæster.



Stor interesse for Frilands produkter ved **Biofach**

Friland havde gode nyheder med til verdens største messe for økologiske fødevarer.

Vanen tro var Friland stærkt repræsenteret, da årets Biofach-messe blev afholdt i Nürnberg, Tyskland, i februar. Her samles leverandører af økologiske fødevarer fra hele verden for at fremvise deres produkter og skabe netværk.

De vigtigste opgaver for Friland ved dette års messe var dels at pleje nuværende kunder, dels ville man gå målrettet efter at skabe kontakter til potentielle kunder. Begge opgaver blev udført med stor succes.

Mere at lave

Succesen skyldtes blandt andet de lysere udsigter for mængden af økologisk kød. I modsætning til messen i 2016, hvor Friland havde sværere ved at imødekomme efterspørgslen på det økologiske kød, så kunne Frilands repræsentanter i år fortælle, at selskabet har mere økologisk grisekød på vej og derfor kan levere større mængder end

tidligere. Et budskab, der gik rent ind.

- Vi kom virkelig bredt ud på messen, og der var en stor interesse for Friland og vores produkter. Vi havde meget mere at lave i år, end vi har haft de foregående år, og det er tydeligt, at efterspørgslen på Frilands produkter går den rigtige vej, siger direktør Henrik Biilmann.

Godt givet ud

Udbyttet af messen kan ikke umiddelbart gøres op i underskrevne kontrakter og konkrete aftaler, men Henrik Biilmann er ikke i tvivl om, at indsatsen omkring messen er godt givet ud. For eksempel var en repræsentant for én af Frilands store kunder på eksportmarkedet også på Biofach, og denne løftede lidt af sløret for, hvilke planer de har på det økologiske område.

- De er meget ambitiøse omkring økologi, og de lægger ikke skjul på, at de ønsker at udvide deres økologiske sortiment markant. I den sammenhæng var de selvfølgelig interesserede i at vide, hvad og hvor meget vi kan levere i fremtiden, siger Henrik Biilmann.



Miljø- og Fødevarerminister, Esben Lunde Larsen, lagde også vejen forbi Frilands stand på Biofach. På billedet ses: fhv. markedschef i Økologisk Landsforening Helene Birk, Frilands direktør Henrik Biilmann, Miljø- og fødevarerminister Esben Lunde Larsen, direktør i Økologisk Landsforening Paul Holmbeck og Danmarks ambassadør i Tyskland Friis Arne Petersen.



Her kommer kødet fra. MENY-slagterne fik både syn for sagen og masser af ny viden under kurset i FRILANDSGRIS®.



49 MENY-slagtere er uddannet i FRILANDSGRIS®

Tre gange i 2017 har MENY-slagtere været på kursus i FRILANDSGRIS®. Kurset har både omfattet gårdbesøg, oplæg af Dyrenes Beskyttelse og undervisning af Friland.

Hvordan lever en FRILANDSGRIS®? Hvad betyder det, at kødet er mærket "Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse"? Og hvad er det lige, man får for pengene, når man køber FRILANDSGRIS®?

Det er nogle af de spørgsmål, som i alt 49 MENY-slagtere har fået svar på, når de har været på kursus i FRILANDSGRIS®.

Årets tre kurser har været arrangeret af Friland i samarbejde med Dyrenes Beskyttelse, og hver gang er kurset startet ude hos frilandmænd – enten hos Jan Gram Pedersen i Sdr.

Felding eller Nielli Simmelsgaard ved Karup, hvor slagterne har oplevet, hvordan en FRILANDSGRIS® lever. Det har været et besøg, der er faldet i god jord hos både gæster og værter.

- Det var godt at opleve det engagement slagterne lagde i det, og hvordan de snakkede produktudvikling med stor entusiasme, lød det fra Jan Gram Pedersen.

Efter gårdbesøget lød programmet på undervisning af Friland og oplæg af Dyrenes Beskyttelse. En af kursusedtagerne var Glenn Fidell, slagtermester hos MENY i Karlslunde, som sagtens kan bruge den ny erhvervede viden i dagligdagen.

- Efter sådan en dag er vi bedre rustet til at forklare forskellen på kødet. Vi kan også fortælle de kunder, der går op i dyrevelfærd, at man ved at vælge FRILANDSGRIS® får rigtig meget valuta for pengene, siger Glenn Fidell.



Hurra – hurra og så det lange...

I 2017 fejrer Friland 25 års jubilæum, og det bliver markeret både i forhold til forbrugerne og sammen med leverandørerne.

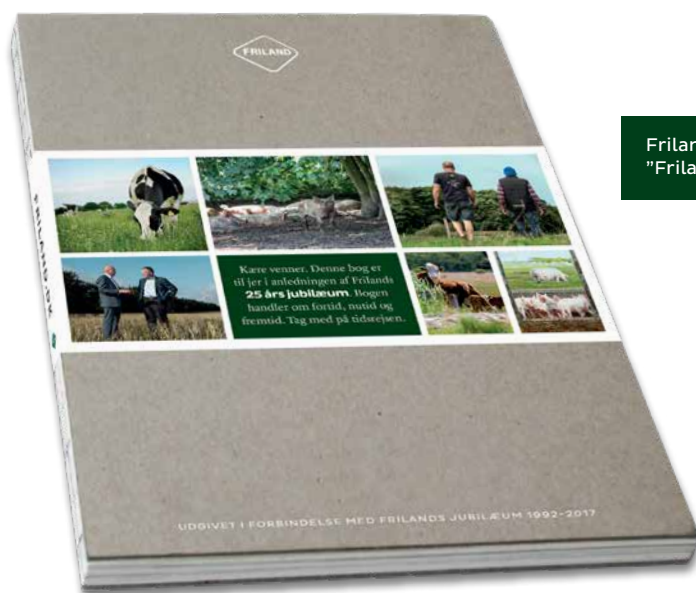
- Vi benytter jubilæet til at fortælle forbrugerne, at Friland og selskabets leverandører har 25 års erfaring med dyrevelfærd og økologi. Det sker både på produkterne og gennem kampagner, siger Marketing Manager Maria Bast og uddyber:

- Vi vil gerne markere, at Friland siden 1992 har været firstmover inden for økologi og dyrevelfærd. Det gælder både i forhold til at drive udviklingen af såvel økologi som dyrevelfærd ude hos landmanden, og som det selskab, der har betjent danskerne med økologisk okse- og grisekød. Ligeledes er det Friland, der har været drivkraften i eksporten af dansk, økologisk kød.

Den 22. november bliver jubilæet fejret med en middag efter årsmødet. Her er leverandører med ledsager og medarbejdere inviteret til at fejre begivenheden, selvfølgelig med egne produkter til middagen og underholdning i løbet af aftenen.

- Vi er glade for, at bestyrelsen var enige om, at jubilæet skal markeres, så vi kan fejre det på festlig vis, siger direktør i Friland, Henrik Biilmann.

De 25 år bliver også forevigt i en jubilæumsbog med titlen Friland økologi og dyrevelfærd siden 1992. Bogen uddeles på selve dagen, og sendes derefter ud til de leverandører, som ikke havde mulighed for at deltage. I bogen fortælles der om de vigtigste begivenheder i selskabets historie, og der er interviews med mange af de folk, der har været med til at forme og udvikle Friland til den virksomhed, som Friland er i dag.



Frilands første 25 år er forevigt i jubilæumsbogen "Friland økologi og dyrevelfærd siden 1992".



Friland kommer bredt ud med **Facebook**

Med 13 millioner visninger på Facebook kommer Frilands budskaber ud til mange danskere.

Det går godt på Frilands Facebook-side! I løbet af det seneste regnskabsår har der været ikke færre end 13 millioner visninger med forskellige budskaber. Det betyder – rent statistisk – at hver eneste Facebook-bruger i Danmark er blevet præsenteret for Frilands budskaber ca. 3,6 gange i løbet af året.

Friland har været aktiv på Facebook siden april 2016, og har nu mere end 11.000 følgere. Særligt serien med portrætter af frilandmænd, som fortæller om dyrevelfærd og fællesskab, er populær, og serien skaber både dialog og glæde på siden. For eksempel får billederne af frilandsgrise flere positive kommentarer med på vejen: "Bliver helt glad i låget", lyder det fra en bruger, og en anden skriver: "Bor på Sydfyn, og her har vi masser af fritgående grise. Det er så skønt at se, hvordan de trives, og man får helt lyst til svinekød igen. Mere af det – tak".

Dialog skaber forståelse

Siden er også mål for spørgsmål og kritik, og det kan danne udgangspunkt for en dialog, ligesom det nogle gange kan være anledning til at udrydde misforståelser. For eksempel

når en bruger skriver følgende om frilandsgrisene: "Ja, hvor har de det godt, derfor burde de ikke blive halalslagt". Hertil lyder svaret – med et glimt i øjet: "Hej. Det bliver de skam heller ikke. Og efterspørgslen på halalslagt gris er heller ikke så høj. Mvh Team Friland".

Glad for debat

Concept Manager Maibritt Bisgaard glæder sig naturligvis over den positive respons, men er også glad for, at Facebook-siden skaber debat.

- Vi går selvfølgelig altid i dialog med forbrugerne og besvarer spørgsmål og kritiske indlæg. At blive udfordret på den måde er med til at skabe en nuanceret og åben diskussion om dyrevelfærd og økologi – jo flere forbrugere vi kan kommunikere med, jo bedre kan vi tilpasse vores kommunikation og produkter til forbrugerne, siger Maibritt Bisgaard.

FACEBOOK-VINDER NØD OPHOLDET I SVINESTIEN

I forsommeren udskrev Friland en konkurrence på sin Facebook-side, hvor førstepræmien var et ophold for to i en Frilandshytte og to partoutarmbånd til Smukfest i Skanderborg. Det fik 5.000 brugere til at deltage i konkurrencen, som blev vundet af 26-årige Daniella. Sammen med en veninde nød den yderst tilfredsede vinder opholdet i en af de 25 Frilandshytter.

- Når man får serveret morgenmad med både bacon og pølser, ja, så bliver det jo ikke meget bedre, konstaterede Daniella.

Maria Bast, Marketing Manager i Friland, var også godt tilfreds:

- Vi skal have udbredt, at vi er til stede på de sociale medier, og derfor er det glædeligt, at over 5.000 deltog i vores Facebook-konkurrence om Frilandshytten. Men lige så vigtigt er det, at brugerne bliver sendt fra Facebook og ind på vores hjemmeside, hvor de kan blive endnu klogere på Friland, siger hun.





Ny organisation har givet god mening

Siden januar har Friland været organiseret under Tulip Food Company som en del af Danish Crowns 4W strategi og med det formål at styrke Friland og selskabets produkter.

- Stadig flere forbrugere efterspørger økologi og dyrevelfærd – herhjemme og i udlandet. Det er en glædelig udvikling, men også en udvikling, der kræver en styrkelse af vores organisering, hvis vi skal fastholde og udvide vores position og få os til at stå som en styrket enhed i markedet, lød det dengang fra Henrik Biilmann, direktør for Friland.

Bedre forståelse for Friland

Siden da er Friland begyndt at høste frugterne af den nye struktur og samarbejdet med Tulip.

- Det har vist sig at give god mening, at vi er rykket tættere sammen i dagligdagen – ikke mindst i form af de synergier vi opnår på salg og markedsføring. Det har blandt andet været en fordel for Friland, at vi er kommet tættere på en

organisation som Tulip, der er vant til at sælge mærkevarer på det danske marked, siger Henrik Biilmann.

Han forklarer, at det også er blevet lettere for Tulips medarbejdere at få indsigt i Frilands værdier, og hvad koncepterne indeholder, når medarbejderne i de to selskaber sidder tæt på hinanden.

- Jo bedre medarbejderne i Tulip forstår Friland og vores produkter, jo bedre bliver de til at fortælle historien videre til kunderne, fastslår Henrik Biilmann.

Friland uændret

Ændringen i organisationen har ikke haft nogen betydning for leverandørerne til Frilands koncepter. Friland er fortsat et selvstændigt datterselskab med egen bestyrelse, ligesom afregningsprincipperne er bevaret.

- De organisatoriske ændringer er kun sket for at optimere vores forretning, så vi i sidste ende kan sørge for det bedst mulige udbytte til vores leverandører, understreger Henrik Biilmann.



Friland sætter dyrevelfærd på MENY'en

I september samarbejdede Friland og MENY-kæden igen om at stille skarpt på FRILANDSGRIS® for at gøre opmærksom på den gode dyrevelfærd, der kendetegner konceptet.

I MENY-butikkerne foregik det ved hjælp af opskriftsbrochurer og skilte, og udenfor MENY-butikkerne blev kunderne bl.a. mødt af plakater ved busskure. Dertil kom Facebook-annoncer og -videoer samt bannere på internetsider.

- FRILANDSGRIS® er den konventionelle gris med mest dyrevelfærd set i forhold til det nye statslige dyrevelfærdsmærke. Faktisk får FRILANDSGRIS® tre ud af tre mulige hjerter i ordningen. Derfor er det også vigtigt for Friland og MENY, at vi får kommunikeret dette budskab direkte til forbrugerne tæt ved MENY-butikkerne, så vi får skabt koblingen mellem FRILANDSGRIS® og MENY-butikkerne, siger Concept Manager Maibritt Bisgaard fra Friland.



Plakater på busskure i nærheden af MENY-butikker skal få forbrugerne til at koble FRILANDSGRIS® sammen med MENY.



MENY lagde FRILANDSGRIS® på grillen

MENY-slagterne dystede om at få mest FRILANDSGRIS® på grillen. Præmien til vinderbutikken var et ophold i en Frilands-hytte på Smukfest.

Den 1. maj lød startskuddet til sommerens store kampagne for FRILANDSGRIS® i MENY. Denne gang skulle kædens slagtere dyste om, hvem der bedst og mest kreativt kunne vise forbrugerne, at kød fra FRILANDSGRIS® også er velegnet til grillen. Kampagnen blev lanceret samtidig med det statslige dyrevelfærdsmærke Bedre Dyrevelfærd, og det skabte ekstra opmærksomhed i butikkerne.

Ligesom ved den tilsvarende kampagne i 2016, var der også i år stor opbakning blandt MENY-kædens slagtere. Alle butikker deltog således i konkurrencen, hvor præmien for det bedste forslag var et ophold for to i en Frilands-hytte og to billetter til årets Smukfest i Skanderborg.

Dobbelt-vinder

Vinderen af konkurrencen blev – for andet år i træk – slagtermester Nikolaj Madsen fra MENY på Østerfælled Torv i København, og det gav ham faktisk et positivt problem.

- Jeg turde ikke løbe an på, at jeg ville vinde igen i år, og derfor købte jeg en hytte, da de blev sat til salg på lauritz.com i begyndelsen af april. Så da jeg vandt konkurrencen, stod jeg pludselig med to hytter, konstaterer Nikolaj Madsen, som heldigvis fik afsat den købte hytte til et par kolleger fra MENY i Hellerup.

Nikolaj vandt MENY-konkurrencen ved blandt andet at inspirere kunderne i butikken til retter med FRILANDSGRIS®.

- Havde vi tilbud på nakkefileter en weekend, lavede vi demoer med pulled pork. Det kunne også handle om mørbrad af FRILANDSGRIS® med lækker tilbehør. Desuden brugte vi den nye ordning, hvor kød fra FRILANDSGRIS® får Dyrevelfærdsmærkets tre hjerter, til at fortælle kunderne om FRILANDSGRIS® høje niveau for dyrevelfærd, forklarer Nikolaj Madsen.



Rådgivning med fokus på friland og økologi

Uanset om det handler om indretningen af en stald, foder, ventilation eller udearealer ligger Danish Crown Rådgivning inde med værdifuld viden og erfaring, som konsulenterne gerne deler ud af.

Hos Knud Anker Munch i Vildbjerg går der allerede 200 økologiske søer på friland, og nu er de gamle stalde, som tidligere rummede en konventionel griseproduktion, bygget om og indrettet, så de opfylder kravene til produktion af økologiske slagtegrise. For at få løst den opgave bedst muligt, har Knud Anker Munch valgt at købe Danish Crowns rådgivning. En dag i september er Ejerservice-konsulent Ole Lund Nielsen derfor på et opfølgende besøg på bedriften.

- Ved det første besøg var min opgave at komme med forslag til, hvordan lige præcis denne stald kunne indrettes bedst muligt, så kravene opfyldes, og den vil fungere i praksis, samtidig med at den imødekommer Knuds ønsker. Det handler om alt, lige fra hvordan vand og foder placeres bedst muligt, til ventilation, adgang til udearealet og meget andet, så smågrise, slagtesvin og mandskab kommer til at trives og fungere bedst muligt, siger Ole Lund.

Undgå at gentage andres fejl

Han fortæller, at konsulenterne rådgiver landmænd på alle stadier – lige fra de overvejer at starte en frilands eller økologisk produktion, til de er godt i gang og skal optimere produktionen.

- De landmænd, der overvejer at lægge om til frilands eller økologisk produktion, er typisk konventionelle

landmænd. Vi kan vurdere, om deres eksisterende stald kan laves om, og hvad der skal til, for at den kan godkendes og bruges til specialgrisene.

- Beslutter landmanden, at det er noget, han vil gå videre med, hjælper vi med at få sat so-holdet i gang, fortæller Ole Lund.

I den fase er der rigtig mange ting at tage stilling til: Hvor stor skal den mark, søerne farer på, være, hvordan skal den indhegnes, hvor mange og hvilke hytter skal købes, osv.

- Ved at trække på den erfaring og viden, vi allerede ligger inde med, kan landmændene undgå at gentage de fejl, som andre tidligere har lavet, siger Ole Lund.

Bedst mulig pris

Når en ny produktionsform er startet op og kører, er der fortsat hjælp at hente gennem produktionsrådgivning. Her handler det især om foder, sundhed og klima – kort sagt: hvordan kan den daglige drift optimeres.

- I sidste ende gælder det jo om at sende flest mulige kvalitetsgodkendte grise til slagteriet, så landmanden får den bedst mulige afregningspris, fastslår Ole Lund Nielsen.

Han minder om, at alle leverandører til Danish Crown og Friland blandt andet kan finde deres slagtedata og afregninger på "Ejersiden". Her kan leverandørerne også finde oversigter over f.eks. årsleverancer, og hvilke bemærkninger grisene evt. har fået på slagteriet.

Oversigterne giver mulighed for benchmarking mod andre leverandører til samme kontraktproduktion. På den måde kan landmanden, sammen med konsulenten og besætningsdyrlægen, udpege indsatsområderne og arbejde målrettet mod optimering.

TILBUD OM RÅDGIVNING

Siden 1. januar 2017 har Danish Crown Ejerservice tilbudt specialiseret rådgivning til leverandører af FRILANDSGRIS® og økologiske grise på linje med tilbuddet om rådgivning til Danish Crowns konventionelle leverandører. Rådgivningen foregår til en fast pris og er specielt målrettet både smågriseproduktion og slagtesvineproduktion. Ved at melde sig til ordningen får man adgang til al den viden, Danish Crown Ejerservice kan levere inden for produktionsgrenen og det store netværk, som konsulenterne har opbygget i branchen. I september 2017 var 9 leverandører af FRILANDSGRIS® og 32 leverandører af økologisk gris tilmeldt Danish Crown Rådgivning.



Ejerservice-konsulent Ole Lund Nielsen er på besøg på Knud Anker Munchs bedrift, hvor han blandt andet har hjulpet med at indrette staldene.

